مواقع التواصل ودورها في التوجُهات السياسية



تأليف المدرس المساعد
مشتـاق طلـب فاضـل
اختصاص علوم سياسية



مواقع التواصل ودورها
في التوجُهات السياسية

الطبعـة الأولـى

1440هـ - 2019م



شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع
المملكة الأردنية الهاشمية
عمان – مقابل البوابة الرئيسية للجامعة الأردنية
تلفاكس : 0096265330508
جــوال : 00962795699711
E-mail: academpub@yahoo.com

رقم الإيداع لدى المكتبة الوطنية
(2017/11/5674)
رقم التصنيف:320.14
المؤلف ومن في حكمه:
مشتاق طلب فاضل
الناشر
شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع
عمان – الأردن
عنوان الكتاب:مواقع التواصل ودورها في التوجيهات السياسية
الواصفات:
/ / الاعلام/ / السياسة/

- يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى .
- يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عـن محتوى مصنفه ولا يعبر هذا المصـنف عـن رأي شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع .

ISBN : 978-9957-637-56-9

مواقـع التواصـل ودورهـا
فـي التوجُهـات السياسـية

تأليف المدرس المساعد

مشتـاق طلـب فاضـل

اختصاص علوم سياسية



شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع



﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللـهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللـهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ﴾

سورة الحُجرات

الآية 13



الإهداء

إلـــــى

أبي و

أمي

لكم منب ثمرة هذا الجُهد المتواضع.....

الكاتب

فهرست المحتويات

فهرست الجداول

10	جدول (10): المتوسطات الحسـابية والانحرافـات المعياريـة والترتيـب، لتقديرات أفراد العينة لمحـور الموضـوعات التـي ركـزت عليهـا مواقـع التواصل مرتبة تنازلياً.	127
11	جدول (11): المتوسطات الحسـابية والإنحرافـات المعياريـة والترتيـب، لتقـديرات أفـراد العينـة لمحورتشـكيل التوجُهـات السياسـية والـوعي السياسي مرتبة تنازلياً.	130
12	جدول (12): المتوسطات الحسـابية والإنحرافـات المعياريـة والترتيـب، لتقديرات أفراد العينة لمحور ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل تنازليا.	133

فهرست الصور

فهرست الأشكال

المقدمة:

لعبت مواقع التواصل الاجتماعيدوراً في صُنع صحوة "حرية التعبير" التي دخلت الجسم السياسي، والتي كونت ساحة مفتوحة للمطالبات الشعبية المستمرة بالإصلاح السياسي المُتردي الذي عانت منه الشعوب ولسنين مضت، وهذه المواقعساهمت وبدرجة كبيرة في تعبئة وصياغة الرأي العام، ومحاسبة الحكومات بطرق غير متوقعة، مما جعل الحكومات تكافح لمواجهتها، مرة بشن حملات كبيرة وواسعة النطاق على الإعلاميين والمجتمع المدني، وأخرى بالإصلاحات، وأصبح من الصعب السيطرة على الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بسبب الاستعانة بتوفير المعلومات من مصادر خارجية، وهو ما أعطى المعارضة مساحة للتعبير عن نفسها بحُرية دون إمكانية محاسبتها ضمن القوانين التقليدية القديمة في البلد الواحد.

فقد شهد العالم تطوراً واسعاً في مجال التكنولوجيا ووسائل الاتصال والمعلومات، كان من بينها ظهور شبكة المعلومات الدولية "الانترنت" التي ألغت حدود الزمان والمكان وقربت المسافات بين البشر، وقد ظهرت هذه الشبكة بوتيرة سريعة في منتصف القرن العشرين، وأصبح الانترنت نافذة مفتوحة على العالم، والإبحار فيه عمل يومي لا يُستغنى عنه لمن أراد التواصل مع الآخرين، والانخراط في المجتمعات العالمية، أو البحث عن المعلومات، ومنذ ذلك التاريخ بدأت تظهر على شبكة الانترنت مواقع جديدة (حديثة) سُميت بمواقع التواصل الاجتماعي، وكانت فكرة إنشائها قائمة على تحقيق الاتصال والتواصل بين الأصدقاء والمعارف داخل مؤسسة معينة، ثم أصبحت فيما بعد عامة ومفتوحة للجميع وازدات أهمية هذه المواقع بعد الألفية الثالثة.

لذا فإن شبكة الانترنت أصبحت اليوم ساحة أساسية من ساحات الإعلام، وقد بدأ ذلك ينطبق على ما يُسمى بمواقع التواصل الاجتماعي كـ (الفيس بوك واليوتيوب وتويتر)، وقد تنبه لذلك الكثير من الإعلاميين

والسياسيين وحاولوا الإستفادة من إمكانية الشبكة في تحقيق أغراضهم السياسية والإعلامية التي تلتقي عند هدف واحد وهو نشر الرسالة والترويج لها، وقد أثبتت أحداث الشرق الأوسط في عام 2011 صدق كلمات الكاتب الفرنسي (Victor Hugo)[1] في العام 1852 حين قال: يُمكن لأحد مقاومة غزو الجيوش، ولكن لا يُمكن مقاومة غزو الأفكار، وقد برز دور مواقع التواصل الاجتماعي في السنوات الخمس الأخيرة في الكثير من البلدان العربية، التي أصابتها رياح التغيير التي سُميت بالربيع العربي أو الحراك الشعبي أو الثورات أو الاحتجاجات أو الثورات الناعمة، لذا شهد العالم تغييرات واسعة وعميقة في الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية والديمغرافية، وقد اعتمدت عملية التغيير الاجتماعي في الماضي على استخدام القوة، إلا إنها في الواقع تعتمد على الأساليب الإقناعية، وسن التشريعات والقوانين المنظمة للمجتمع مُستخدمة مختلف وسائل الإعلام.

تعتبر فئة الشباب من أكثر الشرائح في المجتمع يكون لديها اندفاع كبير نحو مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تسمح لهم بالتعبير عن آرائهم بحرية، وبذلك فهي أداة للرأي العام وتكوين المواقف والاتجاهات، وغالبية هذه الفئة اليوم من الشباب، لذا يُمكن القول إن الطاقة الشبابية اليوم من أهم شرائح المجتمع، وعليهم تبنى أمال الأمة ومستقبلها، وإليهم تؤول مسؤولية حمل أمانة العمل الوطني الدؤوب، لذافهم يُشكلون اليوم طليعة متقدمة من هذه الشريحة الاجتماعية لأنهم العناصر المتدربة والمتخصصة، والأساس في إحداث التغييرات الشاملة في مُختلف مجالات الحياة بطبيعة دورهم المؤثر في المجتمع وقدرتهم على التفاعل مع الآخرين.

---

(1) فيكتور هوجوVictor Hugo : (ولدفي 26 شباط عام 1802 ومات في 22 مايس 1885) هو أديب وشاعر فرنسي، كان يرى في نفسه صاحب رسالة، كقائد للجماهير، قائد لا بالسيف أو المدفع وإنما بالكلمة والفكرة .

الفصل الأول

التطور التاريخي للإعلام التفاعلي.

فرضت التطورات الجديدة في وسائل الاتصال، تحولات جذرية ومُهمة، فقد مَرَ الإعلام بعدد من التطورات بعد مراحل طويلة، والذي تطور بإختراع الراديو والتلفزيون ثم الأقمار الاصطناعية والانترنت كوسيلة اتصال حديثة، حيث بدأت هذه الشبكة في عام 1963 عندما قررت وزارة الدفاع الأمريكية إنشاء وكالة مشاريع الأبحاث المتقدمة، وكان هدفها حماية شبكة الاتصالات الكبرى أثناء الحرب، ونتيجة ذلك ظهرت شبكة الانترنت، وتطورت كثيراً وبصورة سريعة خلال الثمانينات، لذا نجد العالم اليوم عبارة عن قرية ألكترونية، ذلك من خلال ما وصل إليه تطور الإعلام بشكل عام والانترنت بشكل خاص.

يتفق العلماء على أنَّنا نعيش اليوم عصر التكنولوجيا والمعلومات والتواصل الاجتماعي الهائل، ونحن نعيش فعلاً مجتمع المعلومات الذي يعتمد على استثمار التكنولوجيا الحديثة في إنتاج المعلومات الوفيرة لإستخدامها في تقديم الخدمات على نحو سريع وفعّال، وهناك ثلاث مهام يقدمها الانترنت للمستخدمين وهي كما يلي (الشرافي، 2012، ص: 23):

أ. **الإعلام والمعلومات**: استخدام الانترنت لنشر واسترجاع المعلومات التي تعطي مساحات واسعة من الأنشطة الإنسانية والمعرفية .

ب. **الاتصال**: من فرد إلى فرد أو من فرد إلى جماعة أو من جماعة إلى جماعة أخرى أو أكثر لأغراض شخصية أو عامة.

ج. **التفاعل**: أي استخدام الانترنت للتسلية أو للتعلم لأغراض اجتماعية وثقافية وسياسية.

ومن هنا جاء هذا الفصل لتناول الإعلام التفاعلي في الشبكة العنكبوتية في مبحثان هما:

- **المبحث الأول: مفهوم التطور للأعلام التفاعلي.**
- **المبحث الثاني: نشأة وتطور الإعلام (الانترنت).**

المبحث الأول: مفهوم الأعلام التفاعلي.

شكلت التطورات الهائلة في وسائل الإعلام والاتصال، تحولات كبيرة، تعدت التحولات الإعلامية إلى تحولات مُجتمعية، إضافة إلى تحولات في نظم وإقتصاديات الإعلام، مقابل الانتشار السريع لما يسمى بـ الإعلام التفاعلي " الإعلام الجديد " فيما إعتبره باحثون إعادة توزيع الأدوار في أشكال الإعلام الالكتروني أو الإعلام الرقمي التفاعلي، وان ما تلى هذه التطورات كان له أثر بالغ في ظهور قنوات فضائية مُتعددة الأغراض والأساليب، فبرزت تكنولوجيا الاتصال التي عرفت بأنها مُجمل المعارف والخبرات المتاحة والوسائل المادية والتنظيمية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها، وإنتاجها، وتخزينها، وإسترجاعها، ونشرها وتبادلها، أي توصيلها إلى الأفراد والمجتمعات، وتجربة تطبيق ذلك عملياً (سلطان، 2012، ص: 33 – 34).

لذا يَعُد التفاعل في وسائل الإعلام بين المرسل والمستقبل من أهم النماذج العملية، التي تبين وتفسر عملية الاتصال التي تتم عبر المستخدم ومنتج الرسالة الإعلامية على شبكة الإنترنت، وبالتالي فأن الانترنت مع وسائل الإعلام التقليدية يعملان على نشر كم هائل من المعلومات لعدد ضخم جداً ولا نهائي من المستخدمين، فهي تُعطي للمستخدم الفرصة لأن يكون مصدر للمعلومات، لذا فالإنترنت لديه الإمكانية ليكون أول وسيلة اتصال جماهيرية عالمية تفاعلية، لأن التظافر والإندماج في تكنولوجيا المعلومات عبر الانترنت يُعطي للمعرفة

إمكانيات وقدرات غير محدودة على اختراق الحدود (أمين، 2007، ص: 91 – 94).

وقد أفرز عصر المعلومات نمطاً إعلامياً جديداً يختلف في مفهومه عن النظم الإعلامية السابقة، ويتميز عنها بالعديد من السمات من أهمها: التفاعلية وتفتيت الاتصال واللاتزامنية وقابلية التحويل وقابلية التوصيل وقابلية التحرك والشيوع والانتشار(شيخاني، 2010، ص 477).

ومن هنا سيتم بحث هذا الموضوع من خلال التعرض للمحاور التالية:

- **المطلب الأول: مفهوم الإعلام التفاعلي (الجديد).**
- **المطلب الثاني: وظائف الإعلام وأهدافه.**
- **المطلب الثالث: النظريات الإعلامية.**

المطلب الأول: مفهوم الإعلام التفاعلي (الجديد).

يقصد بالإعلام التفاعلي " مجموعة من الخصائص أو الوسائط أو الخدمات المُلحقة بأي وسيلة إعلامية مطبوعة أو مرئية أو ألكترونية، تُتيح للجمهور أن يتفاعل معها عبر المشاركة بإبداء رأيه الخاص به، وكذلك يعني صفحة القراء في كل مطبوع في البرامج المرئية والإذاعية، ومدخلاته في قاعة المحاضرات والندوات، وهو أخيراً منتديات ملحقة بمواقع النشر الألكتروني أو مستقلة، وتأسيساً على ذلك فأن فعاليات إعلامية كثيرة تدخل تحت هذه العناوين" (الدليمي، 2011، ص: 17).

فمثلاً تعتبر التقنيات الحديثة المستعملة لتوفير خدمات المعلومات الألكترونية، إحدى تقنيات الإعلام التفاعلي (الحديث) في العالم العربي، وهذا دفع البعض إلى أن يطلقوا على هذه التقنيات إسم وسائل الاتصال الحديثة، أو وسائل الإعلام التفاعلية، أو وسائل الإعلام الرقمي، أو وسائل الإعلام

البديل، أو وسائل الإعلام الالكتروني، هذه التسميات بالرغم من إختلاف مدلولها اللفظي، إلا إنها تؤكد على مدلول واحد هو تقنيات الإعلام التفاعلي، التي كانت وما تزال تُستخدم في عناوين الكتب وتعالج قضايا تتعلق بعملية التفاعل بين المرسل والمستقبل(عبد الرزاق، 2011، ص: 27).

ويعتبر الإعلام الجديد عبارة عن نشر للأخبار والآراء والأفكار بين جماهير الهيئة أو المؤسسة، سواء جماهيرها الداخلية أو الخارجية، ومن وسائل الإعلام الأساسية الإذاعة والتلفزيون والمحاضرات والندوات والانترنت وغيرها، ويمكن القول إن الإعلام (هو تلك الجهود الموجهة لتوصيل الأخبار والمعلومات الدقيقة)، والإعلام ضروري في المجتمع المعاصر لدرجة أنَّهُ انتقى وجوده من هذه المجتمعات (الميلادي، 2007، ص: 12 – 13).

وقد عرف إبراهيم إمام الإعلام بكل أنواعه " بأنَّهُ لا يخرج عن كونه أشكالاً مختلفة لعملية اجتماعية واحدة، هي الاتصال بالجماهير فكلمة اتصال تمتاز بالتعبير عن الفردية والتفاعل معاً بمعنى أنَّها تنطوي على معنى القصد أو التدبير، وكذلك تعني القصد والمشاركة، وقد تكون هذه المشاركة بين فردين أو بين فرد وعدة أفراد " (الحسني، 2006، ص: 30).

أما العالم الألماني أوتوجروث (Auto Groth) فقد عرف الإعلام التفاعلي:" بأنَّهُ التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير واتجاهاتها في نفس الوقت، والتعبير الموضوعي يعني أن يتسم الإعلام بالموضوعية في التعبير عن الجوانب والمشاعر الذاتية"(الحسني، 2006، ص:31).

ويتعدد مفهوم الإعلام ليشمل قضايا المجتمع كافة، سواء أكانت سياسية أو اقتصادية أو دينية أو تربوية وغيرها، هنا بعض الأهداف التي يسعى الإعلام إلى تحقيقها وهي ما يلي:

1. تزويد الجمهور بالأخبار.
2. المحافظة على تراث المجتمع وشخصيته.
3. نقل حضارة المجتمع لشعوب أخرى، والتباهي أمام العالم والتفاخر بها.
4. الترفيه والتسلية الذي يقدم إلى الجمهور من خلال وسائله المتنوعة.
5. التعليم والتثقيف من خلال البرامج التربوية والثقافية المتنوعة.
6. التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات (الحسني، 2006، ص: 29 – 34).

وكذلك الإعلام الجديد يعني أشكال التواصل القائمة، على العالم الرقمي والمشتملة على النشر من خلال استعمال الأقراص المضغوطة، الفيديو الرقمي والانترنت، وبالاعتماد على استعمال الحواسيب والشبكات اللاسلكية، ومن جهة يعني الطرق الجديدة للتواصل في العالم الرقمي، التي تمكن المجموعات الصغرى من الاجتماع على شبكات الانترنت، واقتسام السلع والخدمات وتبادلها، وإنها تسمح للأفراد بإمتلاك صوت في مجتمعهم، ويستعمل تعبير الإعلام الجديد في مواجهة وسائل الإعلام التقليدية، التي تشير إلى أشكال التواصل السابقة على الإعلام الجديد (بنهلال، 2010، ص: 7 – 8)

لذا يُعتبر الانترنت من وسائل الإعلام الحديثة في الدول النامية ودول العالم الثالث، وفي طبيعة عمله هو محاكاة للإنسان، أي يحاكي الإنسان عن طريق النظر والسمع، وللإنترنت العديد من المزايا التي جعلته يلعب دوراً مهماً في العملية التربوية والتعليمية، ومن بين تلك المزايا استخدام الصوت والصورة والنص في آن واحد، مما يجعل الطالب يستخدم جميع حواسه في التعلم، وإنه يزيد من عنصر التشويق بسبب قدرته وتميزه عن الوسائل الأخرى، وبالتالي ازدادت أهميته مع التطورات الكبيرة التي حدثت في مجاله، فقد دخل المجتمع

من أوسع أبوابه، إذ يقدم الكثير من البرامج التي مَكنـت الفـرد مـن الـتعلم عـن بعـد والتعلم بالمراسلة والتعلم الذاتي (الحسني، 2006، ص: 32 – 34).

يقوم الإعلام بوسائله المختلفة المسموعة والمرئية والمقروءة بصُنع المواد الإعلاميـة وإيصالها إلى الجمهور، وهذه ليست بالمهمة السهلة، إذ إن صـياغة المجـالات الثقافيـة بقالب إعلامي يحتاج إلى فن واسلوب، وذلك من أجل إحداث الاستجابة عند الجمهور المتلقي، بالتالي فأن هذا المتلقي قد يتأثر بالرسالة الإعلامية فيُعدل مواقفه وآراءه، وقد لا يتأثر بها إطلاقاً، وعليه فان الإعلام والثقافة هما الطريقان المهمان للاتصـال بـالآخر، ولكن الإعلام هو الوسيلة الأسرع، لان الإعلام هو القناة التي تُسهم في تسويق وانتشار الرسائل المحملة (أبو رمان، 2011، ص: 23 – 25).

- **العوامل التي أثرت في الإعلام التفاعلي.**

وقفت وراء ظاهرة الإعلام التفـاعلي عـدة عوامـل وتقنيـات إقتصـادية وسياسـية أثرت فيه، يُمكن تلخيصها بما يلي:

1.العامل التقني المُتمثل بالتقدم الهائل في مجال تكنولوجيا الاتصـال: تكنولوجيـا الاتصال المتمثلة بتجهيزاتها وبرمجياتها سيما ما يتعلق منها بالأقمار الاصـطناعية، وقـد إندمجت هذه العناصر التكنولوجية في أشكال وتوليفات اتصالية أدت إلى إفراز شـبكة الإنترنت، وهذه الشبكة تحاول بدورها لكي تصبح وسيطاً يطوي بداخله جميع وسـائل الإتصال الأخرى: المطبوعة والمسـموعة والمرئيـة وأيضـاً الجماهيريـة والشخصـية، وقـد إنعكست هذه التطورات التكنولوجية على طبيعة العلاقة التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها، فقد إنكمش العالم زمانـاً ومكانـاً وسـقطت الحـواجز بـين القريب والبعيد (الشرافي، 2012، ص: 30).

2.العامل الاقتصادي المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع في حركة السلع ورؤوس الأموال: هذا يتطلب بدوره الإسراع بتدفق المعلومات، وذلك لكون المعلومات قاسماً مشتركاً يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون إستثناء، ولأن المعلومات تُعتبر سلعة إقتصادية تتعاظم أهميتها يوماً بعد يوم، وبعبارة أخرى: إن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة وتوزيع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفزيونية.

3.العامل السياسي المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية: إن هذه القوى تحاول إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة إستقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب مليء بالصراعات والتناقضات، وقد تداخلت هذه العوامل، جاعلة من الإعلام الجديد قضية شائكة جداً، وساحة ساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية.

4.العامل الثقافي المتمثل في إستخدام وسائل الإعلام: إن التطورات التقنية الكبيرة التي حدث في وسائل الإعلام خلال السنوات الأخيرة، كان لها أثر واضح على العلاقات المتعددة داخل المجتمع الواحد، وذلك لما فيها من عادات وقيم، وأنماط سلوكية، ومعارف، وأثرت كذلك في علاقات المجتمعات البشرية بعضها ببعض سواء في زمن السلم أو الحرب (ثايه، 2006، ص:28).

لذا: نجد أنفسنا اليوم أمام كم هائل من التغيرات الكبيرة والجوهرية التي لها صداها العالمي، من خلال ممارسة حُرية الرأي والتعبير في حياة الشعوب وبالأخص الشعوب العربية التي حُرِمت منها خلال عقود طويلة، وهي تشعر بحاجة ضرورية لممارسة حقها في حرية الرأي والتعبير من خلال الديمقراطية، التي يجب أن نتعلم في ظلها ونفهمُها بالطريقة الصحيحة، ويُمكن للإعلام التفاعلي أن يساعدنا في النشر والتوعية، ذلك لممارسة الحقوق وثقافة

الديمقراطية لهذه المجتمعات، لأن التفاعل يعني مرسل ومستقبل ومن أهم خصائصه الاستجابة، بمعنى أنَّ الاتصال التفاعلي يتعدى حدود الاتصال الإنساني إلى الاتصال والتفاعل مع الوسيلة ذاتها وليس بين الفرد وأطراف العملية الاتصالية فقط، وإن الإعلام إذا أُحسن استخدامهُ بطريقة صحيحة وصادقة أصبح مؤسسة اجتماعية فاعلة في المجتمع، تحقق تنمية اجتماعية شاملة على كافة الأصعدة سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو تربوية أو تعليمية، أما إذا استخدم الإعلام بطريقة خاطئة بهدف تزوير الحقائق وتزييفها، فإنَّهُ يُعتبر مؤسسة تهدف إلى الغزو الفكري وتضليل العقول.

المطلب الثاني: وظائف الإعلام التفاعلي.

يُمكن القول أن للإعلام التفاعلي وظائف وأدوار كثيرة، من خلال التأثير على التوجُهات المختلفة في أي مجتمع، ولكن هذا التأثير متفاوت بدرجات مختلفة بحسب الظروف والآليات التي يتم أستخدامهُ فيها، وهناك العديد من الوظائف للإعلام التفاعلي الجديد وهي كما يلي:

أولاً: التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات.

من المتعارف عليه أنَّ المدرسة تتولى مهمة التوجيه، باعتبار أنَّ الطالب يقضي وقتاً مهماً من حياته فيها، وبما أنَّهُ لا يتاح لأفراد المجتمع كافة الدخول إلى المدارس أو الاستمرار في التحصيل العلمي، فإنَّ مهمة توجيه المجتمع تمارس بشكل مباشر، وغير مباشر عن طريق وسائل الإعلام المنتشرة عادة قطرياً واقليمياً وعالمياً، وتتولى وسائل الإعلام إكساب الجماهير معلومات ومعطيات تؤدي إلى تشكيل اتجاهات، ومواقف جديدة أو تعديل المواقف والاتجاهات القديمة، وأحياناً استبدالها بمواقف جديدة، أو تثبيت المواقف القديمة، ونظراً لامتلاك الجماهير في أي مجتمع لمواقف واتجاهات معينة، فمثلاً إذا كانت تلك

الاتجاهات مرنة فإن تأثير وسائل الإعلام يكون أسهل وأكثر جدوى، أما إذا كانت الاتجاهات والمواقف صلبة فمعنى ذلك أنَّ أمام وسائل الإعلام مهمة صعبة والحالة هذه قد تكون مستحيلة في بعض الأحيان (جريسات، 2006، ص: 18 – 19).

تعمل وسائل الإعلام على تقديم الخدمات الإخبارية والحقائق الصادقة والدقيقة، لتُساهم في زيادة المعلومات العامة لدى الجمهور في كافة المجالات العسكرية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والفكرية، من خلال إبداء الرأي والرأي الآخر، ضمن حملة تثقيفية مبرمجة قائمة على إحترام الرأي والرأي الآخر، وبالتالي تشكيل رأي عام حقيقي يُعبر عن كافة التوجُهات السياسيةداخل المجتمع، ويُمكن لوسائل الإعلام أن تُغير إتجاهات الرأي العام حول أي مسألة من المسائل في الحياة العامة والخاصة، فهي الوسيلة الأكثر إنتشاراً لإيصال المعلومات والأخبار بشأن قضية أو قضايا معينة (العجلان، 2012، ص: 26 – 27).

كذلك يقوم الإعلام بدوراً لا يُستهان به في أحداث التأثير في اتجاهات الشرائح المختلفة في أي مجتمع، لكن هذا التأثير يكون بدرجات متفاوتة تقريباً مرتبطة بالظروف والآليات التي يتم إستخدامه فيها، سواء على مستوى الأفراد أو المجموعات والدول، ويُستخدم الإعلام من قبل جماعات المعارضة وذلك من أجل الضغط على الحكومة، بواسطة المذكرات، أو النشرات، أو الالتماسات الموجهة إلى عدد من رجال النظام أو الحكم بهدف إقناعهم بوجهة نظرها، وهنا تلعب فاعلية الإعلام الذي تستخدمه الجماعات الضاغطة دوراً مهماً في التأثير على الحكومة (الشرافي، 2012، ص: 31).

ولوسائل الإعلام دور رئيسي وفعّال في تشكيل سياق التحول الديمقراطي والإصلاح السياسي في المجتمعات المختلفة، حيث تعكس طبيعة العلاقة بين الدولة والمجتمع، وبين النخبة والجماهير ويتوقف دور وسائل الإعلام في عملية الإصلاح السياسي والديمقراطي على شكل ووظيفة تلك الوسائل في المجتمع ومستوى الحريات العامة، وتتعدد الآراء والاتجاهات داخل هذه المؤسسات بجانب طبيعة العوامل الثقافية والاجتماعية والسياسية المتأصلة في المجتمع فطبيعة ودور وسائل الإعلام في تدعيم الديمقراطية وتعزيز قيم المشاركة السياسية وصُنع القرار السياسي، ودرجة الحرية التي تتمتع بها داخل البناء الاجتماعي (أبو عرجة،2006، ص: 30 – 31).

لذا يرى الكاتب: أنَّ التوجيه قد يتحقق بواسطة جميع وسائل الإعلام، فقد ظهر من خلال بعض الدراسات الإحصائية أنَّ التلفزيون يمارس دوراً توجيهياً على أكثرية أفراد المجمع أكثر من غيره من وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى، وكذلك الإذاعة، وخاصة في المجتمعات التي تعاني من نسبة أمية مرتفعة، أما الصحافة فجمهورها أقل بسبب شرط معرفة القراءة، وكذلك المسرح المناسب الذي يفترض وجود ثقافة مسرحية عند الجمهور، وجاء الدور الآن على مواقع التواصل الاجتماعي والتي باتت تلعب دوراً كبيراً في التأثير على المجتمع، وبالأخص عند فئة الشباب، التي يستخدمها بشكل أكبر من غيرها من الفئات الأخرى، وبات ذلك واضحاً من خلال الثورات العربية التي إجتاحت المنطقة في السنوات القليلة الماضية.

ثانياً: التثقيف العام.

يقصُد به زيادة ثقافة الفرد، بواسطة وسائل الإعلام بالإضافة إلى المتاح منها بالطرائق والوسائل التعليمية والأكاديمية، ويحدُث التثقيف العام بشكلين إثنين،

أولهما شكل عفوي، وثانيهما بشكل مخطط ومبرمج ومقصود، وليست جميع الدول في حالة واحدة في مجال التثقيف، بل هناك تفاوت بين نظام إعلامي موجه ونظام إعلامي حر، حيث في الحالة الأولى تعتبر الدولة نفسها مسؤولة عن ثقافة وتثقيف المواطن وتوسيع مجال وعيه وإدراكه، وتجد مصلحة لها في هذا الأمر، بينما في الحالة الثانية لا تعتبر الدولة نفسها كذلك، وتترك مجالاً لعدة وسائل إعلامية وبرامج تثقيفية تتنافس على كسب اهتمام الفرد وجذبه إليها (جريسات، 2006، ص: 19).

ثالثاً: الاتصال الجَمَاعي.

هو الإحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضهم مع البعض الآخر، هذا الإحتكاك هو نوع من التعارف الاجتماعي، الذي يتم عن طريق وسائل الإعلام التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية وتنميتها، فعندما تقدم الصُحف كل يوم أخباراً عن الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات الاجتماعية والثقافية (كالنوادي، والمدارس، والجمعيات)، فإنها بذلك تكون حلقة وصل يومية تنقل أخبار المحاضرات العامة والندوات العلمية وكذلك الأفراح من مواليد وزيجات، كما أخبار الأحزان من وفيات وفشل وخسائر وحروب وكوارث.

بالتالي تؤثر وسائل الإعلام في توقيت صُنع القرار ووضع السياسة، ذلك من خلال خلق الأزمات أو إفتعالها، وكذلك عن طريق طرح الشبُهات والأسئلة عن الأعمال ونهاياتها المرتقبة وتداعياتها، وهذا يظهر واضحاً في آلية عمل وسائل الإعلام بكافة أشكالها، وبالأخص المرتبطة بالتطور التقني الأخير، حيث يتم توظيف الإمكانات لإجراء التغيير المطلوب كهدف بعيد المدى وعرض الموضوع في المدى المنظور على الأقل (المشاقبة، 2009، ص: 9 – 10).

رابعاً: الدعاية والإعلان.

تقوم وسائل الإعلام بوظيفة الدعاية لحزب ما أو نظرية ما أو نظام ما، لذا استطاعت وسائل الإعلام على تنوعها من صحافة وتلفزيون وسينما وأنترنت وأحيانا إذاعة، تلبية ما أمكن من متطلبات الحياة الجديدة وتعقيداتها وتعدد ما فيها من اختراعات وصناعات واكتشافات، هذا وأنَّ وسائل الإعلام في تقديمها الإعلان، إنما تقدم معلومات إلى القارئ أو المستمع أو المشاهد، حتى ولم تكن كل المعلومات صحيحة، ورغم كثرة الإعلانات أو التناقض فيما بينها يرهق الجمهور، وقد يدفعه إلى الملل، إلا أنَّ الإعلان يبقى مفيداً إذا جرى تنظيمه وتنفيذه بطريقة دقيقة وشكل يُراعي الفائدة التجارية وفائدة الجمهور على السواء.

خامساً: الترفيه والتسلية.

تُعتبر هذه الوظيفة من الوظائف التي تسعى وسائل الإعلام إلى تحقيقها، لما لها من أهمية بالغة لدى جمهور وسائل الإعلام، إذ تقوم هذه الوظيفة بمهمة ملئ أوقات الفراغ لدى الجماهير بما هو مسلي وذلك عن طريق الأبواب المضحكة والمسلية في الصحف، أو ما يذاع منها في المذياع أو في الوسائل الإعلامية الأخرى، سيما وإن هناك أوقات للفراغ في الوقت الحاضر، مما تترك آثار على الناحية النفسية والعصبية للشخص، لذا فإنَّ الفنون والموسيقى والأفلام، وبالذات الكوميدية منها تستطيع أن تخفف على الناس من الهموم والمعاناة التي يواجهونَها في حياتهم، في الوقت الذي يجب فيه عدم وضوح التوجيه في برامج الترفيه والتسلية كي لا يصبح الأمر مرفوضاً من الجمهور، كذلك يجب تحاشي السطحية خوفاً من أن تصبح البرامج مرفوضة وتفقد جماهيريتها، وهناك أيضاً أدوار حيوية للإعلام في حياة الشباب خاصة في المجالات الثقافية والفكرية والسياسية

والاجتماعية، وقضايا الشباب تتمثـل في تمكيـنهم مـن الإسـهام في النشـاطات الفكريـة والسياسية، والتعبير عن آرائهم التي لا يسـتطيعون التعبـير عنهـا صراحـة في المجتمـع (الصقور، 2011، ص: 17– 19).

سادساً: تكوين الرأي العام.

يساهم الإعلام في تكوين رأي عام وبشكل كبير، حول مختلف القضـايا التـي تهُـم المجتمع سواء كانـت هـذه القضـايا اقتصـادية، أو اجتماعيـة، أو سياسـية، وذلـك عـن طريق قيام وسائل الإعلام بـالتعرف عـلى اتجاهـات الـرأي العـام، مـن خـلال رصـدها وتحليلها للقضايا والهموم، والمُشكلات التي يأخذ الرأي العام موقفاً موحداً منهـا، وأيـاً كانت هذه القضايا محلية عالمية إنسانية، لأن هناك علاقة تفاعلية وتبادلية بين وسائل الإعلام ومؤسسات المجتمع المـدني، ناهيـك عـن الـدور الـذي يمكـن أن تلعبـه وسـائل الإعلام المختلفة في إيجاد الفضـاء والفرصـة للمجتمـع المـدني ومؤسسـاته للتعبـير عـن مواقفهـا وأدوارهـا وأفكارهـا ومصـالحها بمـا يخـدم المصـلحة الوطنيـة العليـا، وترسـم الطريق لإحداث التغيير السلمي التدريجي المنشود لرُقيّ وتطور المجتمع، بالاظافة إلى فسح المجال أمام الحوارات، وطرح الرأي والرأي الآخر، وإعطاء مساحة أكـبر لوجهـات النظر المختلفة التي تهم الأوطان والمواطنين من أجل أن يكون الإعلام فاعلاً ومؤثراً فلا بُد من توافر مستوى عالي من الحُرية والاستقلالية، وشيوع التعددية السياسية وحُرية الفكر وتنوع الأيدولوجيا كجزء من معادلة الدولة الكلية، ويجب الأخذ بعـين الإعتبـار مسالة ارتباط فاعلية وتأثير الإعلام في إحداث التغيير الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والثقافي (المشاقبة، 2009، ص: 13 – 14).

سابعاً: التفاعل الجَمَاعي.

تبرز أهمية وسائل الإعلام من خلال قدرتها الوصول إلى قطاع كبير من الناس في آن واحد و اتصالها بشريحة عريضة من الجمهور يعطيها الوجه الجماهيري الإيجابي، إلا أن هناك وجهاً سلبياً يتمثل في كون الوصول إلى الجماهير العريضة يُمكن أن يساء إستخدامهُ في بعض المناسبات، كأن تستخدم وسائل لتحريك الجماهير وتحريضها واستنفارها لتحقيق غرض معين، ولا سيما في أوقات الحروب مثلاً، حيث تعمل الدول على استنهاض الحس الوطني أو الشعور القومي لشعوبها بدفعها إلى الالتفاف حول الهدف الذي تقاتل من أجله وهذا الاستنفار هو ما اصطلح عليه "بالتفاعل الجماعي" (جريسات، 2006، ص: 21 – 22).

كذلك تلعب وسائل الإعلام الحُرة ثلاثة أدوار جوهرية في تعزيز الحكم الديمقراطي، **الأول**: بإعتبارها محفل وطني يمنح صوتاً لقطاعات المجتمع المختلة، ويتيح من جميع وجهات النظر، **ثانياً**: كعنصر تعبئة يُيسر المشاركة المدنية بين جميع قطاعات المجتمع، ويُعزز جميع قنوات المشاركة العامة، **ثالثاً**: تعمل كرقيب يكبح تجاوزات السلطة ويزيد من الشفافية الحكومية ويخضع المسؤولين للمسألة عن أفعالهم أمام الرأي العام، وقد أهتم علماء السياسة والاتصال السياسي والاجتماع السياسي بدراسة التفاعل بين الاتصال والنظام السياسي والعملية السياسية بصفة عامة، وأكدوا على أهمية العلاقة الجوهرية بينهما بل نادوا بإعادة دراسة وتحليل العلوم السياسية بالاعتماد على نظريات الاتصال، فعالم الاتصال صعب أن يوجد بدون إعلام لأنه حلقة الوصل بين الجماهير والنخبة الحاكمة صانعة القرارات (الديحاني،2009، ص: 57).

لذا يمكن القول: أن وسائل الإعلام تقوم في المحيط السياسي بدور الحارس أو الناقل للأفكار والقضايا ذات الصفة الشرعية، فهي تعمل على تدعيم الآراء والقيم والأفكار البناءة، وفي نفس الوقت تعمل على إقصاء الأفكار التي تعرقل مسيرة التنمية السياسية، بالإضافة إلى كونها منبر سياسي للتعليم والتنشئة والتثقيف والتربية السياسية من خلال ما ترسله من مضامين هادفة، ولكن إستخدامها لا بد أن يكون بالطريقة الصحيحة، وإن هذه الوسائل الإعلامية تتسم بأهمية كبيرة في الحياة السياسية، ويتوقع لها مستقبل لا يستهان به، ذلك لإتصافها بصفات ومميزات عدة: فهي تتُيح للمتصفح ممارسة أكثر من حاسة في ذات الوقت، إذ بإمكانه عبر ضغطة زر القراءة والمشاهدة والاستماع، والسرعة في تلقي الخبر العاجل، كما إن هذه الوسائل ضيقت المسافات بدرجة كبيرة، وعليه فإن هذه الوسائل أصبحت واقعاً يفرض نفسه على الساحة السياسية.

المطلب الثالث: النظريات الإعلامية.

إن النظريات الإعلامية المعروفة في أدبيات علم الاتصال، لم تعُد مُسلماتها ومُرتكزاتها الفكرية كافية في تفسير التغيرات التي طرأت على بنية مجتمعات الحداثة وما بعد الحداثة، الأمر الذي دفع إلى تطوير نظريات جديدة تكون أكثر قدرة في تفسير ما طرأ على هذه المجتمعات من تغييرات سياسية واجتماعية وثقافية، وفيما يلي عرض موجز لأهم النظريات التي تناولت هذا الموضوع:

أولاً: نظرية الأجندة (ترتيب الأوليات).

تقوم هذه النظرية على فرضية رئيسية مفادها إن وسائل الإعلام والاتصال تعمل على اختيار بعض القضايا والتركيز عليها، وبالتالي يدرك الجمهور إن هذه القضايا هامة، ومن خلال هذه النظرية يكون لوسائل الإعلام دور في تشكيل الرأي العام، أي إنها تدفع الناس للتفكير حول القضايا، ولكن هذه

النظرية لا تفرض عليهم آلية أو طريقة للتفكير حول القضايا والأحداث، وكذلك إن هذه النظرية تركز على إنه بمقدور وسائل الإعلام أن تُغير الاتجاهات حسب نموذج الآثار الموحدة في دراسات الإعلام المبكرة (الرجبي، 2012، ص: 13 – 14).

من أهم رواد هذه النظرية (ماكس ويل ومك كومبس ودونالد شو) ويتم تحليل مضمون الرسائل الإعلامية ثم يجري إستقصاء آراء الجمهور، ويطلب منه ترتيب أهمية هذه القضايا، وتهتم هذه النظرية على وجه التحديد بالقضايا والأخبار السياسية من بين محتويات وسائل الإعلام، وغالباً ما تنتهي الدراسات القائمة على هذه النظرية إلى وجود مستوى عالي من التشابه بين حجم أو مستوى الاهتمام المعطى لقضية معينة من قبل وسائل الإعلام، وهذه الأخيرة تنجح في حمل الجمهور على اعتبار بعض القضايا أكثر أهمية، أي إن أولويات الاهتمام لدى وسائل الإعلام تصبح هي ذاتها أولويات الجمهور نفسه (جمعة،2012، ص: 17 – 18).

كذلك نجد إن تركيز وسائل الإعلام حول موضوع معين، يؤدي إلى إهمال المشاهد الكثير من المسائل المهمة التي أهملتها وسائل الإعلام، ويكمُن تأثير هذه النظرية من خلال تركيز وسائل الإعلام على موضوع معين أو شخص معين وإعطائه حيزاً كبيراً، فيتبين للجمهور إن هذا الشخص أو الموضوع، له من الأهمية ما يجعله حاضراً باستمرار أو بكثرة في وسائل الإعلام، والموضوعات الأخرى أو الأشخاص الآخرين ليس لهم حضور أو أهمية للجمهور(الملأ، 2012، ص 33 – 34).

إذا نظرية ترتيب الأوليات تنطلق من فرضية العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور المتلقي، لذلك نجد إن هناك عوامل تصاحب مضمون

الرسالة الإعلامية، تتمثل في ترتيب رسالة معينة من بين رسائل ومضامين مختلفة (مراد، 2011، ص: 66 – 67).

ثانياً: نظرية التأثير الانتقائي.

وسائل الاتصال تُقدم كماً هائلاً من الرسائل الإعلامية، التي يستحيل على أي فرد متابعتها والاهتمام بها كلها في ذات الوقت، لذا سيقوم الفرد بشكل تلقائي بالابتعاد عن المضامين التي لا يهتم بها، وهذه النظرية تعني الطريقة التي سيُفسر بها المتلقي المضمون الذي تلقاه من وسائل الإعلام ومن المعروف إنه يُمكن أن يستوعب شخصان نفس الرسالة بطرق مختلفة أي يفسرانها بشكل مغاير عن الآخر، والسبب في ذلك أن كل فرد سيقرأ الرسالة ويعطي لها معنى بطريقة تتناسب مع تركيبته الفكرية وتوجهاته السياسية.

لقد كان التحول من نظرية الآثار الموحدة " الطلقة السحرية " التي تفترض تأثير وسائل الإعلام على أفراد الجمهور بشكل موحد ومتماثل، إلى مفهوم نظرية التأثير الانتقائي التي تتبنى الآثار غير المباشرة لوسائل الإعلام، كان تحولاً من مفاهيم بسيطة نسبياً إلى مفاهيم مركبة، وقد أصبح لدينا متغيرات مُتداخلة بين المنبه والاستجابة، وتتمثل تلك المتغيرات في كل العوامل النفسية والاجتماعية التي تميز الأفراد داخل المجتمع (مكاوي، 2012، ص: 176 – 177).

تعتبر هذه النظرية الأجدر نسبياً على تفسير سلوك الأفراد تجاه الحملات الإعلامية وإستجابتهم لها، وما يؤكد ذلك إن الكثير من الباحثين أجمعوا على إن نظريات التأثير الانتقائي تدرس التأثيرات القصيرة المدى والمقصودة لوسائل الاتصال الجماهيرية، وبحسب نموذج الباحث (جولدنج) فان الحملات الإعلامية هي إحدى التأثيرات على المجتمع، ويرى المؤيدون لهذه النظرية إن الأفراد يتأثرون بوسائل الاتصال الجماهيرية بطريقة إنتقائية بما يُشبع حاجاتهم

ورغباتهم، لأن الأفراد يختلفون عن بعضهم في إدراكهم وشخصياتهم وتفاعلهم، مع تجارب الحياة اليومية، فما يؤثر في فرد من المُمكن أن لا يؤثر في الآخر(السلايمة، 2006، ص: 42 – 43).

وأخيراً إن الحملات الإعلامية تمتاز بوحدة الموضوع، لذلك نجد الأفراد يستجيبون لها تبعاً لإهتمامهم بهذا الموضوع الذي تتبناه الحملة الإعلامية، ولا يتوقف تأثير الأفراد بحسب هذه النظرية عند الفروقات الفردية فقط، إلا إن الباحثين أكدوا على إن الفئات الاجتماعية التي ينتمي لها الأفراد تلعب دوراً هاماً في الاستجابة لما تبثه هذه الوسائل المستخدمة في الحملات، فالأفراد المتشابهون سيختارون مضمون الرسالة الاتصالية ويستجيبون لها بطرق متشابهة، ويتصرفون حيالها بطريقة مختلفة عن الأفراد الذين ينتمون لفئات أخرى (درويش، 2005، ص: 25 – 26).

ثالثاً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

من خلال اسم النظرية يتضح مفهومها، وهو الاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام وان العلاقة التي تحكُمهم هي علاقة إعتماد بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور، إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات الإعلام، والمعلومة هنا كل الرسائل الإعلامية حتى الترفيهية منها، وكلما تعقدت البنية الاجتماعية قل التفاعل بين أفراد المجتمع، مما يتيح للإعلام مجالاً لملئ الفراغ، فيصبح الفرد أكثر إعتماد على وسائل الإعلام (عبد الحميد، 2012، ص: 49 – 50).

وقد انطلقت هذه النظرية من منطلق إن استخدام وسائل الإعلام لا يأتي من فراغ، ولا بمعزل عن التأثير بالرأي العام الذي تعيش فيه، ومن منطلق إن قدرة الإعلام تزداد في التأثير عندما تقوم وسائل الإعلام بأدوارها بكل فاعلية

وإقتدار، ويأتي ضمن دائرة هـذه النظريـة مجموعـة فرعيـة مـن النظريـات الإعلاميـة والتي تندرج فيما يلي:

أ. نظرية الرصاصة أو الحقنة تحت الجلد: إن هذه النظريـة لهـا القـدرة الفائقـة عـلى التـأثير المُبـاشر في الـرأي العـام أو الجمهـور المُسـتهدف، وان ردود الأفعـال أو الاستجابة تؤثر بعد انطلاقها كتأثير الرصاصة عندما تنطلق من البندقية.

ب. نظرية الغرس الثقافي:الإعلام بشكل عام له وظائف متعـددة ومنهـا الوظيفـة الثقافية، لذلك تنطلق هذه النظرية من إن الجمهور يتأثر بما تبثه وسائل الإعلام للرأي العام، حيث تساهم في زيادة ثقافتهم ومعـارفهم ومعلومـاتهم (المشـاقبة، 2010، ص: 95 – 96).

يرى مؤسسـا هـذه النظريـة وهـما ديفلـير و ركـيش (M. Deflevr and S. Bal Rokeach)إن وسائل الإعلام والمؤسسات الأخرى لا تستطيع تحقيـق غايتهـا أو إنجـاز أعمالها إلا بالاعتماد على بعضها البعض، وهذا يؤكد عـلى إن هنـاك علاقـة وثيقـة بـين ثلاثة عناصر أساسية وهي وسائل الإعلام والمجتمـع والجمهـور، لهـذا يُمكـن القـول إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي نظرية بيئية هدفها الأساسي بيان الأسباب التي تجعل وسائل الإعلام إعتماد الأفراد عليها، فمن المفترض أن يكون نظام وسـائل الإعـلام جزءاً هاماً من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وهذا النظـام لـه علاقـة بـالأفراد والجماعات (صالح، 2008، ص: 46 – 47).

رابعاً: نظرية المُشاركة الديمقراطية.

تعتبر هذه النظرية أحدث إضافة للنظريات الإعلامية الأخرى، وبرزت هـذه النظرية من واقع الخـبرة العلميـة، كاتجـاه إيجـابي، نحـو ضرورة وجـود أشـكال جديدة في تنظيم وسائل الإعلام، ويُعبر مصطلح المشاركة الديمقراطية عن معنـى

التحرر، وتنطوي هذه النظرية على أفكار معادية لنظرية المجتمع الجماهيري التي إتسمت بالتنظيم المعقد والمركزية الشديدة، ويُمكن القول إن الفكرة الأساسية في نظرية المشاركة الديمقراطية تكمن في احتياجات ومصالح وآمال جمهور متلقي في مجتمع سياسي (الدليمي، 2012، ص: 170 – 171).

وتتلخص المبادئ الأساسية لنظرية المشاركة الديمقراطية في الأمور التالية:

أ. إن للمواطن الفرد، ولجماعات الأقليات، حق في الوصول إلى وسائل الإعلام، واستخدامها، ولهم كذلك الحق في أن تخدمهم وسائل الإعلام، طبقا للاحتياجات التي يحددونها.

ب. إن تنظيم وسائل الإعلام ومحتواها، لا ينبغي أن يكون خاضعا لسيطرة بيروقراطية حكومية، أو سياسية مركزية.

ج. ينبغي أن توجد وسائل الإعلام لخدمة جمهورها، وليس من أجل المنظمات التي تصدر هذه الوسائل، أو المهنيين العاملين بها.

د. أن الجماعات والمنظمات والتجمعات المحلية، ينبغي أن يكون لها وسائلها الإعلامية الخاصة بها (منصور،2010، ص 109 – 111).

خامسا: نظرية الاستخدامات والاشباعات.

تسمى هذه النظرية بنظرية المنفعة، وتعني تعرض الجمهور لمواد إعلامية وذلك لإشباع حاجات معينة، واستجابةً لدوافع الحاجات الفردية، ويعتبر الجمهور في هذه النظرية نشطاً ويمكنه تحديد الإشباعات التي يريد الحصول عليها، وتهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، وتركز على ما يفعله الأفراد بوسائل الإعلام، وكيفية إستجابة هذه الوسائل

لدوافع وإحتياجات الجمهور، والتركيز الأساسي على تأثيرات هـذه الوسـائل عـلى حيـاة الناس.

تعود جذور هذه النظرية إلى أربعينيات القـرن العشريـن، حيـث أدت إلى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي، وإدراك السـلوك المـرتبط بوسـائل الإعـلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعـلام، وقـد تعـددت توجُهـات الباحثين حول تحديد فرضيات تقوم عليها نظرية الاستخدامات والاشباعات ومن أهـم تلك الاتجاهات ما يلي:

1. التأكيد على أن الجمهور هو الذي يسـتخدم الرسـائل والمضـامين التـي تُشـبع حاجاته، فـالأفراد هـم الـذين يسـتخدمون وسـائل الاتصـال وليسـت وسـائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
2. يُعبر إستخدام وسائل الاتصال عن حاجات يُدركها أعضاء الجمهور وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعـي، وتتنـوع الحاجـات بإختلاف الأفراد.
3. أعضــاء الجمهــور مشــاركون فَعّــالون في عمليــة الاتصــال الجماهــيري، ويستخدمون وسائل الاتصـال لتحقيـق أهـداف مقصـودة تلبـي إحتياجـاتهم (الرعود، 2012، ص: 12 – 13).

وإن: أن هذه النظريـات سيسـتفاد منهـا في توضـيح كيفيـة إعـتماد الأفـراد عـلى وسائل الإعلام، وأيضـاً عـلى تـدفق المعلومـات في مواقـع التواصـل الاجتماعـي، ومـدى تأثيرها على المجتمع الذي هو موضوع الدراسة، لأن مستخدمي تلك الوسائل الإعلامية الاجتماعية يأخذ بالازدياد والتضاعف، وبالأخص في حالة وجود أنباء وصور عن أحداث سـاخنة كبـيرة ومثـيرة، فهـذه الأحـداث مصـلحة لتلـك المواقـع مـثلما هـي مصـلحة

للمستخدمين، وهي بذلك إعتمادية متبادلة في أبعادها الثلاثة: المعرفيـة، والوجدانيـة، والسلوكية.

المبحث الثاني: نشأة وتطور الإعلام التفاعلي (الانترنت).

إن إرتباط الحضارة الإنسانية بالاتصال هو ما ساعدها على الانتشار والتوسع، فلو لا وسائل الاتصال والمعلومات، ما كان للبشرية أن تنقل أو تحتفظ بخبراتها ومعارفها إلا في حدود ضيقة، وقد إستفادت مجالات الحياة من خدمات وإستخدامات الانترنـت لا سيما المجال التعليمي، ففي بداية عمـل هـذه الشـبكة، كـان العمـود الفقـري لهـا، وتكون المجـال التعليمـي مـن طلبـة الجامعـات سـيما وهـم يعتـبرون إحـدى شرائـح المجتمع المثقف، وكانوا ومازالوا يستخدمونها لأغراض البحث العلمي، وكذلك من أجل التواصل الاجتماعي فيما بينهم.

ومن هنا سيتم بحث هذا الموضوع من خلال التعرض للمحاور التالية:

- **المطلب الأول: نشأة وتطور ومفهوم الانترنت.**
- **المطلب الثاني: الأنترنت في الوطن العربي.**
- **المطلب الثالث: الأنترنت في العراق.**

المطلب الأول: نشأة وتطور مفهوم الانترنت.

أولاً: مفهوم الانترنت:

إن التسمية العلمية للأنترنت مكونة من مقطعين (Inter) وتعني الـدخول والثاني (Net) وتعني الشبكة ليكون المعنى بشكل مبسط الـدخول إلى الشـبكة، ويُعرف الانترنت بأنه مجموعة من الشـبكات المحليـة والعامـة تـديرها شركـات خاصة معظمها يؤمن المكالمات الهاتفية، ومن شان هذه الخطوط الهاتفية ربط الشبكات الخاصة والحكومية وكـذلك الحواسـيب المنزليـة بعضـها بـبعض، وتـم تعريف الانترنت في الكتاب الصادر عن برنامج التنمية التابع للأمـم المتحـدة

عـام 1994، عـلى إنهـا شـبكة إتصـالات دوليـة تتـألف مـن مجموعـة مـن شـبكات الحواسيب، تربط بين أكثر من (35) ألـف شـبكة مـن مختلـف شـبكات الحاسـوب في العالم، وتؤمن الاشتراك فيها لحوالي (33) مليون مستخدم، وهناك الكثير من دول العالم لديها نوع من الارتباط بالشبكة (الدليمي، 2011، ص: 50 – 51).

يعد الانترنت أحد أهـم التقنيـات الاتصـالية التـي عرفهـا العـالم خـلال العقـدين الماضيين، حيث إستطاعت الشبكة بما تملكـه مـن سـمات إتصـالية وتقنيـة متميـزة أن تقلب المفاهيم المكانية والزمانية للإنتاج والتطبيقات الإعلامية في العالم، وسمحت مـن خلالها للمستخدمين الاختيار بحُرية ما يريدون من خدمات إتصالية تتلائم وحاجـاتهم (عبد الحميد، 2011، ص: 86).

الانترنت يعني مجموعة متصـلة مـن شـبكات الحاسـوب التـي تضـم الحواسـيب المرتبطة حول العالم، والتي تقوم بتبـادل البيانـات فـيما بينهـا بواسـطة تبـديل الحـزم بإتباع بروتوكول الانترنت الموحد ويقدم الانترنت العديد مـن الخـدمات مثـل الشـبكة العنكبوتية العالمية، وتقنيات التخاطب، والبريد الألكتروني، وبروتوكولات نقل الملفـات، ويمثل الانترنت اليوم ظاهرة لها تأثيرها الاجتماعي والثقافي في جميع بقاع العـالم، وقـد أدى إلى تغيير المفاهيم التقليدية لعدة مجالات مثل العمل والتعلـيم والتجـارة وبـروز شكل آخر لمجتمع المعلومات (ششتاوي، 2014).

أخيراً هو شبكة إتصالات عالمية ضخمة جـداً تـربط عشرات الآلاف مـن شبكات الحاسبات المختلفـة الأنـواع والأحجـام، فهـي نظـام إتصـالي يسـمح لأجهزة الكومبيوتر بتبادل الاتصال بعضها مـع بعـض، فهـي وسـيلة إتصـالية تعاونية تضم مجموعة هائلة من شبكات الكومبيوتر الكبيرة المنتشرة عالميـاً،

فالأنترنت ليس وسيلة إتصال منفردة، بل هو مجموعة واسعة المدى من وسائل الإتصال (الهلباوي، 2014، ص: 60 – 61).

ثانياً: نشأة وتطور الانترنت:

يُرجح تاريخ الانترنت إلى إمكانية المزج بين التفاعل الاجتماعي وتقنيات الربط الشبكي للمعلومات إلى عام 1957 حيث كان الاتحاد السوفيتي متقدماً على الولايات المتحدة الأمريكية في مجال الفضاء، بإرسال قمر صناعي ذكي إلى الفضاء أطلق عليه اسم (سبوتنيك)، وكان إطلاق الاتحاد السوفيتي لهذا القمر سبباً قد حفز الولايات المتحدة الأمريكية لإنشاء "مؤسسة ARPA" وكالة مشروعات الأبحاث المتطورة (Advanced Research Projects Agency) تحت مظلة إدارة وزارة الدفاع الأمريكية (صادق، 2008، ص: 60 – 61).

في أوائل الستينات إفترضت وزارة الدفاع الأمريكية وقوع كارثة نووية، ووضعت التصورات لما قد ينتج عن تأثير تلك الكارثة على الفعاليات المختلفة للجيش، وخاصة فعاليات مجال الاتصالات الذي هو القاسم المشترك الأساسي الموجه والمحرك لكل الأعمال، وقد كلفت وزارة الدفاع مجموعة من الباحثين في مؤسسة (Rand Corporation) لدراسة مهمة إيجاد شبكة إتصالات كبيرة، تستطيع أن تستمر في الوجود حتى في حالة هجوم نووي، وأتت الفكرة وكانت غاية في الجرأة والبساطة، وهو أن يتم تكوين شبكة اتصالات (Network) ليس لها مركز تحكُم رئيسي، فإذا دمرت إحداها أو حتى إذا دمرت مائة من أطرافها، فإن على هذا النظام أن يستمر في العمل دون أن يتأثر ما قد يزول من بقية الشبكات (أبو عيشة، 2010، ص: 45 – 46).

وفي عام 1967، نشرت أول ورقة تصميم عن(ARPANET)[1]، قامت وزارة الدفاع الأمريكية سنة 1969 بتمويل مشروع تصميم شبكة (ARPANET)، وذلك لضمان التواصل المستمر بين وحداتها لتبادل المعلومات العسكرية والعلمية، وفي عام 1970 تم تأسيس(Aloha Net) بجامعة هاواي، وفي عام 1972 تم ربط (Alohanet بـ ARPAnet)، وفي عام 1973 تم أول ربط دولي عبر الانترنت، وفي عام 1980 قامت المؤسسة القومية للعلوم(-NSFNational Science Foundation) كمساهمة منها في تطوير قطاع البحث العلمي بتمويل بعض المشروعات الخاصة ببرمجيات التواصل (عامر، 2011، ص: 176 – 177).

وفي الثمانينات أيضاً شهدت الشبكة العديد من التطورات كان أبرزها ظهور بروتوكول الانترنت، وأنشأت المؤسسة الوطنية للعلوم في الولايات المتحدة الأمريكية شبكة خاصة بالجامعات والطلبة والخريجين، تعتمد على التكنولوجيا المستخدمة في الانترنت، واستمرت هذه الشبكة في العمل بعد أن توقفت شبكة (ARPANET) (الغميص، 2003، ص: 3 – 4).

في عام 1987 تم إستبدال خطوط المؤسسة الوطنية للعلوم بشبكة الخطوط الهاتفية، التي تميزت بإتاحة سرعة أعلى بعشرين ضعفاً لنقل البيانات، وإندمجت شبكتا (NSFnet وARPAnet) فيما يعرف الآن بالأنترنت، وفي عام 1989 تحقق أول مشروع ربط بين شبكة الانترنت وشركات خاصة لنقل الرسائل الالكترونية لأهداف تجارية، وكذلك إنشاء النسيج العالمي للمعلومات (WWWW "

(1) شبكة وكالة المشاريع للبحوث المتقدمة (بالإنجليزية: Advanced Research Projects Agency Network) (اختصاراً: ARPANET أربانت) هو مشروع أطلق عام 1969 من وزارة الدفاع للولايات المتحدة الامريكية، أنشئ هذا المشروع من أجل ربط الجامعات ومؤسسات الأبحاث لاستغلال أمثل للقدرات الحسابية للكومبيوترات المتوفرة، وتعتبر أربانت النواة الحقيقية التي أدت إلى ظهور الإنترنت في العالم .

(ARPAnet) عـن مشروع (World Wide Web)، وفي عـام 1990، إسـتدل السـتار عـن مشروع (ARPAnet) وعرض تصميمه وهيكلته في السوق، وبعـد أشـهر قليلـة قامـت الشركـة نفسـها ببيـع بنيتها التحتية إلى شركة (AOLAmerica On Line) وأخذت شـبكة الانترنـت تتطـور وتوفر تسهيلات للبحث دون مشقة (الشرافي، 2012، ص: 35 – 37).

في عام 1992 تم اعتماد الشبكة العالميـة للأنترنـت مـن قبـل معظـم دول العـالم، كوسيلة مثلى لبناء مراكز المعلومات، وربط شبكات الحاسوب واعتمادها كوسيلة لبناء الحكومات الألكترونية والتجارة الألكترونية العالمية، حيـث تحـول الانترنـت إلى شـبكة عالمية هي الأضخم وذات أهداف وغايات متعددة، وأصبح للأنترنت أهمية وحيوية في عصرنا هذا، حتى إنها إعتبرت في الكثير من المجتمعات أداة أساسية للحيـاة العصريـة، فهي ثمرة إندماج الحاسبات والاتصالات، والتي يُمكن من خلالهـا الحصـول عـلى مزايـا عديدة، فإزالة حاجز الزمان والمكان، جعلت الإنسان عـلى إطـلاع بالعـالم ومـا يحـدث ويُستجد فيه (الدليمي،2011، ص: 29 – 291).

كل التطـورات التـي يشـهدها قطـاع الاتصـالات وتقنيـة المعلومـات اليـوم، تمهـد السبيل أمام أعداد كبيرة من الناس ليتحولوا إلى البيئة الالكترونية (الانترنت)، للحصول على المعلومات التي قد تكون متوفرة في أوعية أخرى، وهو ما جعـل الانترنـت وسـيلة وأداة ضروريـة في الاتصـالات بكافـة أشـكالها في القـرن الحـادي والـعشرون، وكنتيجـة منطقية لهذا التحول أعتبر منتجو تكنولوجيا الاتصالات الحديثـة العـالم سـوقاً طبيعيـاً لهم، وأصبح المجـال مفتوحـاً أمـام الجميـع، دول ومؤسسـات وأفـراد ليتواجـدوا عـلى الانترنت لتحقيق أهدافهم، بأقل التكاليف السنوية الممكنة (أبو عيشة، 2010، ص: 48 – 49).

الانترنـت ليسـت شـبكة تتمتـع بالاسـتقلال الإداري، وإنمـا مجموعـة مـن آلاف الشبكات التي يتم إدارة كل منهـا بطريقـة مسـتقلة، وتعتمـد الشـبكات المكونـة لهـا بالأساس على ما يسمى بروتوكولات نقل الملفات (FTP) (File Transfer Protocol) وهي اللغة المتداولة في الانترنت التي تُمكن الحواسيب من الاتصال بعضها ببعض، وقد نشطت في الفترة الأخيرة لإنشـاء وتطـوير خـدمات الانترنـت لـديها، وذلـك للمميـزات التالية لها:

1. توفير واجهة للبحث عن المعلومـات تشـمل في آن واحـد مـوارد خارجيـة عـبر الانترنت، وموارد داخلية من خلال الانترنت بإستخدام نفس المتصفح عبر المؤسسة.

2. سـهولة إسـتخدام الواجهـة الموحـدة أو المتصـفح للوصـول إلى كافـة أشـكال المعلومات، دون الحاجة إلى استخدام عدة برمجيات تقليدية مختلفة .

3. الاقتصـاد بالكلفـة مـن خـلال إسـتخدام واجهـة واحـدة لكـل البرمجيـات والخدمات، ويظهر ذلك واضحاً من خلال الاقتصاد في زمن التدريب اللازم، ومن خـلال دمج موارد معلومات متعددة والاستفادة منها بشكل كامل (عليان والطوباسي، 2005، ص: 128 – 129).

<u>لذا يمكن القول</u>: بأن الانترنت اليوم يقف على قمة الهرم بالنسبة لوسائل الاتصال والإعلام الأخرى، إذ إن البعد الاتصالي للأنترنت يوفر خصائص متقدمة وإستثنائية تميزه عن بقية وسائل الاتصال، لعل من أبرزها: تخطـي الحـواجز الزمانيـة والمكانيـة، وفـتح الباب المعلوماتي والاتصالي أمام الجميع، وهذه الخصائص ساهمت في ترسيخ مقولة إن العالم تحول إلى قرية ألكترونية صغيرة يستطيع ساكنها أن يقوم بأي عمل من الأعـمال في أي مكان من العالم وهو ثابت مستقر في مكانـه عـبر إسـتخدامات شـبكة الانترنـت المتعددة.

المطلب الثاني: الانترنت في الوطن العربي.

مثلما إختلفت الدول العربية، في التعامل إزاء البث الفضائي الأجنبي الواصل إلى الوطن العربي، جاءت المواقف متباينة حول الارتباط بشبكة الانترنت، وعلى الرغم من الانتشار السريع والمتلاحق الذي شهده الانترنت على مستوى العالم، فأن خدمة الانترنت ظلت متأخرة عن الدول الأخرى، حيث برزت في السنوات الأولى من تسعينيات القرن الماضي مجموعة من المواقع العربية التي تتعامل باللغة الانكليزية، ويعتبر موقع شبكة (ARPANET) من المواقع الامريكية التي أوصلت خدمة الانترنت إلى الوطن العربي (أبوعيشة، 2010 ص: 65 – 66).

كذلك الدول العربية شهدت في عامي (1997 و 1998) إقبالاً متزايداً على الانترنت وبدرجة كبيرة، إذ إرتفع عدد مستخدمي الانترنت في بداية العام المذكور من (150) ألف إلى (350) ألف في نهاية العام، وبلغت نسبة النمو (237.5 %)، وفي نهاية عام (1998) ارتفعت نسبة العرب من مستخدمي الانترنت إلى أكثر من (700) ألف مستخدم، أي بزيادة ما تقارب إلى (197%) عن عام (1997)، وفي إحصائيات لعام (2006) تشير إلى النمو المتسارع في إستخدام شبكة الانترنت في العالم العربي، حيث قدر عدد مستخدمي الانترنت المتكلمين للغة العربية حوالي (28) مليوناً، أي حوالي 2.5 من تعداد المستخدمين للأنترنت في العالم (الشرافي، 2012، ص: 39 – 40).

يمكن توضيح ارتباط أقطار الوطن العربي بالانترنت في الإيجاز التالي:

1. **مصر**: تتصل مصر بالأنترنت اتصالاً كاملاً منذ 1993، ويوجد مدخلها في فرنسا، ويقوم المجلس الأعلى لجامعات بإدارتها، وتعمل مصر على

تطوير أجهزة الخدمة الخاصة بالشبكة بحكم إنها من أوائل الأقطار العربية ارتباطاً بالأنترنت.

2. **الكويت**: تعد الكويت أول أقطار الخليج العربي، لتوفير خدمة الانترنت للعموم عبر مؤسسة جالف نت (Gulf Net) وذلك في عام 1994، وتقوم هيئة البرق والهاتف بتقديم كافة أنواع الاتصالات من خلال أحدث شبكات الألياف البصرية والربط الرقمي.

3. **السعودية**: دخل الانترنت إلى السعودية للمرة الأولى في عام 1994، وفي بداية الأمر إلى الجهات الرسمية في السعودية، عن طريق الجامعات الرئيسية بواسطة شبكة بيتنت (Bitnet) بالتعاون مع بعض الأقطار العربية المجاورة، وأُتيحت الخدمة لعموم المواطنين.

4. **الإمارات**: تعد الإمارات القطر الثاني في الخليج العربي، لتوفير خدمة الانترنت لعموم المواطنين وذلك في عام 1995، وتمتلك الإمارات شبكة اتصالات متطورة، كما إنعكس بدوره على مجال نقل المعلومات والخدمات، وتعتمد البنية الأساسية لنقل المعلومات على احدث نظم النقل في العالم.

5. **لبنان**: أدخلت الجامعة الأمريكية في بيرون، اتصالًا كاملاً بالانترنت للعموم منذ 1995، ويوجد في لبنان أربع شركات أخرى، وبروتوكول نقل الملفات والبريد الالكتروني، وشهد عام 1998 هبوطاً ملموساً في كلفة الاشتراك.

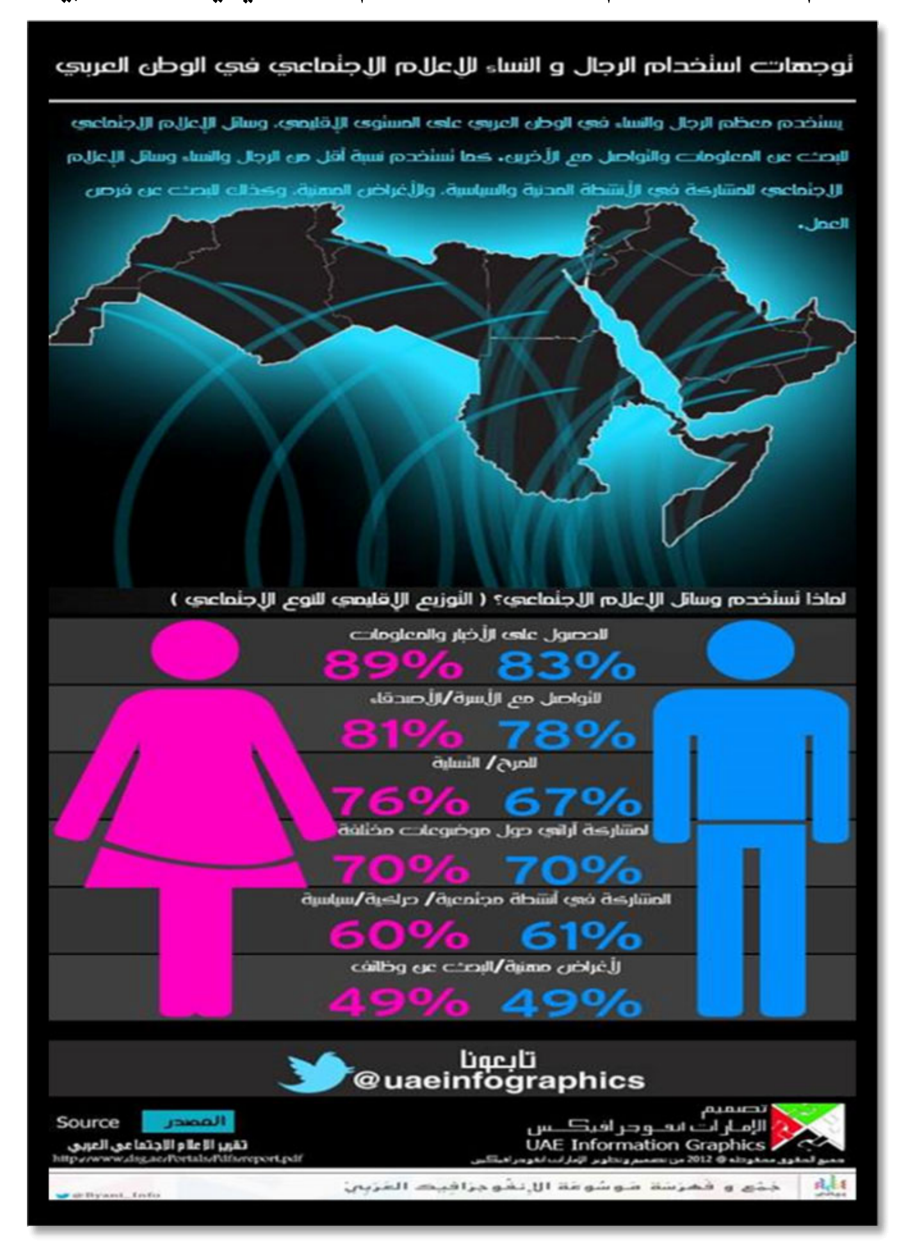
6. **الأردن**: بدأت الاتصال بالانترنت عام 1995 عبر نقطة المجلس الوطني للمعلومات، ودخلت الخدمة لعموم المواطنين في 1996 عن طريق شركة كلوبال ون (Global One) وهي شركة ألمانية - فرنسية مشركة، لتكون

بذلك أول شركة توفر الخدمة بشكل تجاري، وقامت الحكومة الأردنية بتأسيس موقع خاص تحت عنوان (اسألوا الحكومة) وفي هذا المنتدى الألكتروني يتم توجيه الأسئلة، ويتولى الإجابة عليها المختصون في الحكومة.

لكن على الرغم من التطور الهائل والمتسارع لتكنولوجيا الاتصال الذي يشهده العالم، وما نتج عنه من منافسات وصراعات وإحتكارات وسيطرة، بالاظافة إلى أن السياسات العلمية والتكنولوجية في الوطن العربي تبقى سياسات عشوائية وسطحية وغير مخطط لها من قبل الحكومات في كيفت إدارة هذه التكنولوجيا، (الرحباني، 2011، ص: 192 – 195).

لاشك إن أي حريص على مصلحة هذه الأمة، وأي غيور على مستقبلها، لو اطلع على نتائج الإحصائيات الأخيرة، سيصاب بصدمة كبيرة، وسيجد إن مستخدمي الانترنت في الدول العربية يستخدمونها في اغلب الأوقات لأغراض الدردشة والتعارف، وهي وجدت أصلا للحصول على المعلومات والاتصال بالعالم، والدعاية والإعلان والتبليغ، والتجارة والتبادل الاقتصادي، وأيضا للتعليم وإدارة الأعمال عن بعد، ويوجد فيها شيء من الدردشة والتعارف لكن ليس بالدرجة الكبيرة التي يستخدموها الأفراد في الدول العربية، والصورة رقم (1) تبين استخدام الأفراد للإعلام الاجتماعي في الوطن العربي.

صورة رقم (1) تبين إستخدام الرجال والنساء للإعلام الاجتماعي في الوطن العربي



المصدر: Source تقرير الإعلام الاجتماعي العربي. كلية دبي للإدارة الحكومية.

وأمام تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي أوجدت الانترنت، شكلت تجربة جديدة في الوطن العربي، غير إن الحكومات العربية مارست سياسة إحتواء الآثار الناجمة عن تطور تكنولوجيا الاتصال، أبرزها تفعيل الرقابة الذاتية، فنجد إن هناك كثير من البلدان العربية أنعم الله عليها بنعمة الاتصال بهذه الشبكة الكبيرة، إلا إنهم لم يستغلوها بالشكل المطلوب، فهناك دراسة قامت بها الجامعة الأمريكية في القاهرة، ونشرتها جريدة الخليج الإماراتية، جاء فيها إن 73 % ممن شملتهم الدراسة من طلاب الجامعات المشتركين في الشبكة العالمية، يقضون ما بين (4 إلى 5 ساعات يومياً) في غرف الدردشة والتعارف عبر الشبكة، لذا من المسؤول عن التخلف الشديد في استخدام وتوظيف الشبكة العالمية كماً وكيفاً في الوطن العربي؟ (الموسى، 2009، ص: 328 – 329).

وقد أخذت الدول العربية تستعد عبر التخطيط المبرمج والواعي والمدروس بعناية ودقة لدخول عصر المعلومات، إلا إن البلاد العربية لا تزال بحاجة إلى العديد من المبادرات والسياسات للوصول إلى درجة من الاستعداد لدخول عصر المعلومات، ويعود ذلك بشكل رئيسي إلى ضعف الهياكل الأساسية لتكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصالات وضعف القوى البشرية العاملة، وغياب السياسات الوطنية للمعلومات (عليان، 2005، ص: 141 – 142).

- **الإعلام والسياسة في عصر الانترنت في الوطن العربي:**

أضعف الانترنت بيروقراطية الدولة لصالح القوى السياسية، وهيئات المجتمع المدني، من خلال قضائه على إحتكار المعلومات، وتوفيره لوسائل اتصال جديدة لا يُمكن التحكم فيها، فظهور الإعلام الألكتروني إيذاناً ببداية تحرر الإنسان من أجهزة التوجيه الإعلامي التي تسيطر على عقله من خلال احتكار المعلومات، أو صبغها بصبغة خاصة تخدم الجهة المالكة، وهو تحرر

مزدوج يشمل حرية الإرسال، حيث أصبح المرسل مسيطراً على رسالته الإعلامية، قادراً على تقديمها دون وسيط أو تدخل أو صياغة من طرف الهيئات الإعلامية (عبد الجبار، 2009، ص: 88 – 89).

وينبع إهتمام الدول، سواء المتقدمة أو النامية، بمجال الإعلام السياسي ذلك من خلال رغبتها في الإتصال بالعالم خارج حدودها الدولية، وذلك عبر قنوات معروفة بقدرتها على الوصول للمتلقي في الخارج، وبهدف إطلاعه وتعريفه على أمور أو معلومات من أجل كسب تأييده أو تعاطفه فيما تتخذه هذه الدولة من قرارات أو سياسات محددة، وتعتبر(الدعاية الدولية)[1] من الأنشطة التي تسعى من خلالها أي حكومة للوصول إلى الرأي العام الأجنبي، مستخدمة في ذلك الإسلوب الاقناعي، سواء أكانت هذه الأنشطة تتم عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري – المقروءة والمسموعة والمرئية – أو الزيارات الرسمية والشعبية أو غيرها (الديحاني، 2009، ص: 59).

وتأثير الإعلام على السياسة ظاهرة قديمة، ويأتي ملامح هذا التأثير من خلال الدور الذي يقوم به الإعلام في تشكيل الرأي العام، والذي تسعى الدولة من خلاله لأن يكون داعماً لسياستها وتوجهاتها، وفي مجال البحوث التي بدأت في الخمسينات من القرن العشرين، كان الاهتمام منصباً على موضوعات ذات علاقة وثيقة بالاتصال السياسي مثل تأثير التلفزيون على الانتخابات الرئاسية وتقويم الأثر المصاحب لاستخدام أساليب الدعاية وتحليل مضمون اللغة السياسية المستخدمة في الانتخابات، وتعتبر وسائل الإعلام إنعكاساً للبيئة السياسية، أي مرآة للأحداث والصراعات والتفاعلات المحلية والإقليمية والدولية على الصعيد السياسي، لأن بدون وجود وسائل الإعلام

(1) الدعاية الدولية : هي أي محاولة منظمة للتأثير على عقول وعواطف وسلوك جماعة معينة، تحقيقاً لهدف عام معين، وهي نشاط كلامي بالدرجة الاولى، يوجه إلى شعوب الدول الأخرى لا إلى حكوماتها.

لا يستطيع أحد خارج الحلقة السياسية الاطلاع على الأحداث السياسية، فالبيئة السياسية تُبنى من قبل وسائل الإعلام ووسائل الإعلام هي التي تُعرفنا بهذا الواقع (البشير، 2000، ص: 21 – 22).

لذا لا بد هنا من الإشارة إلى نظرية التعبئة السياسية، فهذه النظرية تشدد على التأثير الايجابي لوسائل الإعلام في المحافظة على المشاركة الديمقراطية وتشخيصها، ويجب التفريق بين الآثار الايجابية والسلبية لمختلف وسائل الإعلام، وإن المستهلكين المنظمين لأخبار التلفزة والمعتادين على قراءة الصحف السياسية بغض النظر عن مدى التغطية التي تقدمها تلك الرسائل، هم أكثر ميلاً إلى الاهتمام والاطلاع والانخراط في الحياة السياسية.

وفي ما يتعلق بوسائل الاتصال الحديثة فإنها تملك دوراً مهماً في الرفع من قدرات المنظمات والهيئات، ومن جهة أخرى تقدم الحملات الانتخابية مجالاً آخر يتزايد فيه استعمال تقنيات الاتصال الجديدة بشكل يسمح بالقول: إننا أمام امكانيات جديدة لتفعيل الممارسة السياسية، ومنها التصويت الألكتروني الذي يسترعي الاهتمام الكبير لمختلف الفعاليات: الحكومات، البرلمانات، الناخبين، وقد تزايد ذلك الاهتمام بفعل الاعتناء بقضايا الحكومة الألكترونية، وكذلك بفعل الحاجة إلى تجاوز مشاكل الأنظمة الانتخابية المحلية (بنهلال، 2010، ص: 20 – 22).

- **ومن مظاهر الإعلام الجديد في الوطن العربي ما يلي:**

أولاً: سهولة الحصول على المعلومات وهي لا تزال طرية من مصادرها المباشرة، فبمجرد نقرة على شاشة الكومبيوتر ينتقل القارئ من موقع إلى موقع أينما أراد على وجه الأرض، ويقرأ عن أي موضوع يشاء بأي لغة يفهم.

ثانياً: سهولة إيصال المعلومات إلى الجمهور دون تحكم من الحُكام أو غيرهم، وتوفير المعلومات الصحيحة هو أول خطوات التغيير، وقد كان احتكار الحكام للمعلومات في الماضي من أهم الوسائل التي يحتمون بها.

ثالثاً: رخص ثمن الاتصالات، مما يجعلها متاحة للجميع، ولا مجال لاحتكارها من طرف الحكومات أو الشركات، ومن فوائد رخص ثمن الاتصالات إشراك عامة الناس في المعلومات.

رابعاً: التمكُن من إيصال الرسالة الإعلامية بالشكل الذي يريده المرسل، دون تدخل من أباطرة الإعلام، الذين اعتادوا التصرف في المعلومات التي تصلهم وصياغتها وإخراجها، بالطريقة التي تخدمهم، على حساب المرسل الأصلي ورسالته (الكندي، 2003، ص: 90 – 91).

<u>لذا يرى الكاتب</u>: أن الوظيفة السياسية لوسائل الإعلام هي إضفاء صفة الشرعية أو القبول الاجتماعي لأفكار ومفاهيم معينة وإستبعاد أفكار ومفاهيم أخرى من الجدل أو النقاش السياسي، أي ان وسائل الإعلام تعمل على ترتيب قائمة الاهتمامات السياسية في إطار من القيم والمعارف والآراء بشكل متوافق وإستبعاد الآراء والأفكار المتنافرة بشكل يقدم القضايا والمعلومات والموضوعات السياسية في وضع متماسك من خلال عرض يقوم على الدقة والوضوح للحقائق، لذلك لو إن الأمم جعلت شعار هذا القرن " أنت على الشبكة إذا أنت موجود " لما رأينا في ذلك مبالغة، ومع هذا العدد الكبير والمتزايد في الدول العربية في استخدامها للأنترنت، تبقى هذه الأعداد قليلة جدا بالنسبة للدول الغربية.

المطلب الثالث: الانترنت في العراق.

كان في العراق قبل الاحتلال الأمريكي عدد من المحطات التلفزيونية الرسمية، أبرزها محطة تلفزيون العراق الرسمي، والثانية قناة الشباب، وعلى الرغم من الظروف التي مر بها العراق بعد الاحتلال الأمريكي، وما تركه هذا الاحتلال من آثار للفوضى على جميع نواحي الحياة ومنها الإعلام (ألغى الحاكم الأمريكي في العراق آنذاك " بول بريمر " وزارة الإعلام ضمن قرارات طائشة تركت بصمتها على تشويه صورة الإعلام والإعلاميين)، حيث طغت على الساحة وبشكل غريب كم من الإذاعات والقنوات التلفزيونية، التي لا تحكُمها أي ضوابط أو أخلاقيات مهنية بل وأصبحت تعيش تحت طائلة ما يُسمى الفوضى الخلاقة (الدليمي،2011، ص:155 – 156).

أما بالنسبة لخدمة الانترنت في العراق فقد تمت السيطرة عليه من قبل الحكومة، ولم يُسمح بإستخدامها إلا في نطاق ضيق في مجال القيادات العليا فقط، وذلك عن طريق هواتف الثريا المرتبطة بالأقمار الاصطناعية، ويُمكن الاستنتاج إن ظهور الانترنت في العراق جاء بشكل واسع بعد احتلاله من قبل الولايات المتحدة الأمريكية عام 2003، وبذلك دخل الانترنت إلى العراق ووصل إلى الجميع سيما وقد انتشرت أعداد كبيرة من مقاهي الانترنت في الجامعات، واستطاع الطلبة بذلك التواصل مع كل بقاع العالم ليُوصلوا حجم معاناتهم إلى العالم (اتصالات العراق،Wikipedia).

بعد الاحتلال، أصبح استخدام الإنترنت أمراً شائعاً، ومنذ عام 2006 ظهرت عدة شركات لتوفير خدمات الإنترنت في العراق والتي جعلت من الوصول إلى الإنترنت أكثر سهولة وبأسعار معقولة، ولكن مع أقل عرض للنطاق الترددي، وفي عام 2011، قدر عدد العراقيين الذين يستخدمون

الانترنت 1,303,760 مُستخدم، لكن عدد المستخدمين الفعلين قد يكون أكثر من ذلك لكون الكثير من العراقيين لا يستخدمون الإنترنت بصورة منتظمة (الساري، 2011، ص: 195 - 196).

وأن من أهم ما تتميز به وسائل الإعلام ومنها (الانترنت) في العراق أنها تعكس جوانب الثقافة العامة في المجتمع، كما تُشبع الحاجات النفسية مثل الحاجة إلى المعلومات والتسلية والترفيه والأخبار، ودعم الاتجاهات السياسية، وتعزيز القيم والمعتقدات أو تعديلها، ويزداد تأثير وسائل الإعلام بالتكرار الذي يُساعد في عملية الاستيعاب، وأيضاً بجاذبية المادة نفسها، فوسائل الإعلام تهدف إلى الإقناع عن طريق بث المعلومات والأخبار والمساهمة في تشكيل اتجاهات المواطنين من خلال تشجيعهم على ممارسة حُرية التعبير عن الرأي، مع تنمية وعيهم بالقضايا المختلفة وذلك لتحقيق الأمن والانتماء والحب للوطن(عبد الرزاق، الساموك، 2011، ص: 25 -26).

- **ايجابيات وسلبيات الانترنت:**

للأنترنت العديد من الفوائد والمُميزات، لكنه لا يخلو من بعض السلبيات والمساوئ، حيث إن الفوائد طغت على المساوئ، وجعلت الاهتمام بالانترنت يزداد شيئا فشيئا، وُيمكن إيجاز الإيجابيات والسلبيات بالاتي:

أولاً: الإيجابيات.

1. تطوير وسائل الاتصال ورفع كفاءتها وفاعليتها، كذلك رفع مستوى المنتج المعلوماتي والإعلامي.
2. تسهيل عمليات الاتصال الإنساني في المجتمعات حيث تتسم تكنولوجيا الاتصال باستخدام شبكة الانترنت بخصائص عديدة منها:

أ. التفاعلية: حيث يؤثر المشاركون في الاتصال على أدوار الآخرين ويتبادلون معهم المعلومات.

ب. الحركية: حيث إن نقل وسائل الاتصال من مكان إلى آخر يتم بسهولة.

ج. الشيوع والإنتشار: بمعنى إنتشار نُظم الاتصال والمعلومات في أوساط المجتمعات العالمية، حيث إن البيئة الجديدة لوسائل الاتصال والمعلومات بيئة عالمية.

3. أصبح مضمون أي وسيلة إعلامية متاحاً في وسائل الإعلام الأخرى، وهذا يؤدي إلى زوال الفروق بين وسائل الاتصال الجماهيري.

4. أصبح الانترنت وسيلة تعليمية تزداد أهميتها يوماً بعد يوم، فاليوم يُستخدم الانترنت داخل قاعات التدريس في العديد من المدارس والجامعات.

5. نشر الثقافة الإسلامية والديانات السماوية الأخرى من خلال ما تقوم به بعض المنظمات الإسلامية والعالمية في مجال الدعوى من خلال شبكة الانترنت.

6. أتاحت شبكة الانترنت فرصة العلاج عن بعد، فالمريض أصبح بإمكانه استشارة الطبيب من خلال الشبكة، والحصول منه على النصائح الطبية والوصفات العلاجية (الشمايلة، 2006، ص: 13 – 14)

ثانياً: السلبيات.

1. الافتقار إلى سرية المعلومات.
2. توفير كمية كبيرة من المعلومات وبالتالي صعوبة الحصول على الكمية المفيدة منها.
3. احتوائها على معلومات غير أخلاقية، أي انتشار ما يسمى بالإباحية الالكترونية، مثل تبادل الصور الفوتوغرافية المؤذية للأخلاق والقيم.
4. إنها ستغير أمور كثيرة منها سلوك افرد، مبادئه، قيمه، وأخلاقه، لأن ما يراه الفرد صحيحاً في مجتمع ما، يكون خطا في مجتمع آخر.
5. انتشار الجريمة الالكترونية والمتمثلة بالكثير من الأمور منها جرائم الملكية الفكرية، سرقة البرامج، والاحتيال المالي، من خلال بطاقات الائتمان.
6. استغلال خدمات الانترنت بإرسال رسائل تحرش ومضايقة أو تشويه وتحقير شخص من خلال البريد الالكتروني، فضلا عن إمكانية اختراق البريد الالكتروني والاطلاع على معلوماته
7. تجاوز حقوق النشر، تعد حقوق النشر والطبع للإنتاج الفكري من الأمور المهمة والحساسة للمؤلفين والناشرين، والتي يترتب عليها أمور قانونية ومالية (الدليمي، 2011، ص: 61 – 63).

لـذا: إن وسائل الاتصال الحديثة ومنها الانترنت يُمكن أن تكون أداة توعية وتثقيف وتعليم، كما يُمكن أن تكون أداة لهو وإفساد وإضاعة للوقت في توافه الأمور، ولا يُنسب الفضل لها في الحالة الأولى، ولا يكون عليه الإثم في الحالة الثانية، بل الفضل أو الإثم يعود إلى اليد التي استخدمتها.

الفصل الثاني

مواقع التواصل الاجتماعي.

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم محط إهتمام الكثير من الدارسين في مجال الاتصال والعلوم السياسية والاجتماعية، ذلك بعد أن تبين الدور الكبير الذي تقوم به هذه المواقع في كثير من الأحداث التي وقعت في العالم، خصوصاً الثورات التي وقعت أخيراً في البلدان العربية، والاحتجاجات التي غلب عليها طابع المشاركة الشبابية، تلك المشاركة التي كانت مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز آلياتها ووسائلها في التحشيد والتحريض والتنظيم، وكذلك بسبب مميزاتها الكثيرة خصوصاً سهولة استخدامها وسرعة انتشارها، فقد ذهبت بعض وسائل الإعلام الجماهيرية الأكثر شهرة وانتشاراً تعتمد على بعض ما يجري نشره في هذه المواقع أحياناً.

برزت أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي، نظراً لما تلعبه من دور بارز وفاعل في الحياة اليومية للأفراد، وتعتبر أدوات تسويق ونشر للمعلومات، وبصرف النظر على من يدعو إلى التخلي عنها بسبب أضرارها ومخاطرها على الشباب بصورة عامة والمراهقين بصورة خاصة، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك ويوتيوب وتويتر) واحدة من أهم الظواهر التكنولوجية في القرن الحالي، ذلك من خلال تزايد عدد مستخدميها خلال السنوات الأخيرة بشكل ملحوظ، فالجميع يتبادل الرسائل والمحادثات ويشارك الصور ومقاطع الفيديو من خلال الشبكات التواصل الاجتماعي.

سُميت مواقع التواصل الاجتماعي، لأنها تقوم على المستخدمين بالدرجة الاولى وتتيح التواصل بينهم سواء أكانوا أصدقاء تعرفهم على أرض الواقع أو كانوا أصدقاء تمت معرفتهم فيما يسمى بالعالم الافتراضي، وهي مواقع فعالة

جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة مـن المعـارف والأصـدقاء، كـما مكنـت الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم ببعض، ومكنتهم من التواصـل المـرئي والصـوتي (الدريملي، 2013 ص: 27).

ومن هنا جاء هذا الفصل لتناول مواقع التواصل الاجتماعي في مبحثان هما:

- **المبحث الاول: مواقع التواصل الاجتماعي المفهوم والنشأة والأشكال.**
- **المبحث الثاني: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.**

المبحث الاول: مواقع التواصل الاجتماعي المفهوم والنشأة والأشكال.

مواقع التواصـل الاجتماعـي مفهـوم غـير ثابـت في الأدبيـات نظـراً لتـداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، ونظراً للتطورات المتسارعة في عالم تقنيـات الاتصـال والإعـلام، فقد عكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرأ عـلى اسـتخدام التكنولوجيـا، وأطلـق عموماً على كل ما يُمكن استخدامه في إلتقاء وتواصل الأفراد والجماعات عـلى الشـبكة العملاقة، والمفهوم يتكـون مـن مصـطلحين، الاجتماعـي والتواصـل أو الشـبكات، لأنـه أحياناً ما يوصف بأنه شبكات التواصل الاجتماعي، مما يوحي بالاتسـاع والعموميـة في هذا الحقـل الإتصـالي، والكاتـب هنـا اسـتخدم مفهـوم أو مصـطلح " مواقـع التواصـل الاجتماعي " لأنه أكثر تحديداً ويشـير إلى نـوع معـين ومحـدد مـن منصـات أو مواقـع التواصل الاجتماعي على الانترنت.

ومن هنا سيتم بحث هذا الموضوع من خلال التعرض للمحاور التالية:

- **المطلب الاول: مواقع التواصل الاجتماعي: مفهومها ودورها في الاتصال.**
- **المطلب الثاني: أشكال، خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي.**
- **المطلب الثالث: الرأي العام، والرأي العام الألكتروني.**

المطلب الاول: مواقع التواصل الاجتماعي: مفهومها ودورها في الاتصال.

ينظر إلى هذه المواقع على إنها منظومة من الشبكات الألكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء حساب خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي ألكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات، وتصنف هذه المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني للويب، وسُميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم بناء المجتمعات، وبهذه الطريقة يستطيع المُستخدم التعرف إلى أشخاص لديهم إهتمامات مشتركة عن طريق الانترنت، والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهمه ومشاركة صوره ومذكراته وملفاته مع الأفراد والمجموعات (أبو شريعة، 2013، ص: 6 – 7).

عرفها (Boyd and Ellison) بأنها: خدمات تعتمد على الانترنت وتسمح للأفراد بما يلي:

1. بناء ملف شخصي عام أو شبه عام ضمن إطار محدد.
2. تظهر لائحة المستخدمين الذين يتشاركون مع بعضهم.
3. عرض قائمة الاتصال وما قام به الآخرون داخل نفس النظام.

تعرف هبة محمد خليفة (2009) مواقع التواصل الاجتماعي بأنها " صفحات الويب، التي يُمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام، والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم ببعض، وهناك الآلاف من مواقع الشبكات الاجتماعية في العالم، ويُمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي هي أشبه بالديوانيات اليوم، حيث يجري لقاء الأصدقاء والمعارف الجدد وعقد المحادثات والاجتماعات، وذلك لتبادل الآراء والاتفاق بشان الكثير من القضايا كالقضايا السياسية والانتخابية وغيرها، فهي بذلك تمثل ديوانيات إفتراضية، لأنها تحاول أن تقدم واقعاً افتراضياً لإلتقاء الأصدقاء والأقارب والأهل " (الأنصاري، 2013، ص: 20 – 21).

جاء تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها " خدمة ألكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين، والتعبير عن آرائهم، وبشتى اللغات " وهي أيضاً " مواقع تتشكل من خلال الانترنت، تسمح للافراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، واتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة الاتصال من موقع لآخر"، أما الموسوعة الحرة فتعرفها بأنها " مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية، الرسائل الخاصة، البريد الألكتروني، الفيديو، مشاركة الملفات وغيرها من الخدمات "(أبو شعبان، 2013، ص: 44 – 45).

يميل الكاتب إلى التعريف الذي قدمه (الرعود، 2012، ص:31) لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لأنه جامع لخصائص تلك المواقع، حيث عرفها بأنها: " مجموعة جديدة من وسائل الإعلام على الانترنت تشترك بالخصائص التالية:

1. **المشاركة:** فهـي تُشـجع عـلى المسـاهمات وردود الفعـل (التعليقـات) مـن أي مُهتم، وتلغي الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والمتلقين.

2. **التجمع:** تتيح مواقع التواصـل الاجتماعـي إمكانيـة التجمـع بسرعـة والتواصـل بشكل فعال ويربط ذلك التجمع إهتمامات مشتركة مثـل القضـايا السياسـية وغيرها

3. **المحادثة:** تعتمد مواقع التواصل الاجتماعـي عـلى المحادثـة بإتجـاهين، بعكـس وسائل الإعلام التقليدية التي تعتمد مبـدأ المعلومـات ونشرهـا باتجـاه واحـد لكل المتلقين.

4. **الانفتاح:** معظم مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن خدمات مفتوحة لـردود الفعل والمشاركة، وتبادل المعلومات والتعليقات، ونادراً ما توجد حواجز أمـام الوصول إلى المحتوى والاستفادة منه، لأن حمايتـه بكلمـة مـرور غـير موجـود نهائياً (الرعود، 2012، ص: 31 – 32).

أولاً: نشأة المواقع الاجتماعية وتطورها.

عند الحديث عن نشـأة وتطـور المواقـع الاجتماعيـة تجـدر الإشـارة إلى مـرحلتين أساسيتين، الأولى هي مرحلة الجيل الأول الويب web1.0 والمرحلة الثانية هـي الجيـل الثاني للإنترنتweb 2.0 غير أن أكثر المواقع الاجتماعية ظهرت خلال المرحلة الثانية:

المرحلة الاولى:

يشيرweb 1.0 إلى شـبكة المعلومـات الموجهـة الأولى التـي وفرهـا عـدد قليل من الناس لعدد كبير جداً من المستخدمين تتكون أساساً مـن صـفحات ويب ثابتة وتتيح مجال صغير للتفاعل، ويُمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة

التأسيسية لمواقع التواصل الاجتماعي، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب ومن أبرز المواقع التي تكونت في هذه المرحلة موقع – دكريز -degreesالذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم، وقد أخفق هذا الموقع عام (2000) بسبب إمور مالية، ومن المواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية أيضا موقع "كلاس مايت" الذي ظهر في منتصف التسعينيات، وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة، شهدت هذه المرحلة أيضاً إنشاء مواقع شهيرة أخرى، مثل موقع " لايف جورنال" وموقع " كايوورلد" الذي أنشئ في كوريا سنة (1999)، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بداياتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء (نومار، 2012، ص: 47 – 48).

المرحلة الثانية:

يشير الويب 2.0 إلى مجموعة من التطبيقات (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها)، وقد استفادت هذه المرحلة من تقنيات الجيل الثاني الويب، حيث ظهرت العديد من مواقع التواصل الاجتماعي منذ عام (2002 إلى 2012)، ومن أهم المواقع الاجتماعية - على سبيل المثال لا الحصر- ظهر عام (2002) موقع (Friendster)، وفي النصف الثاني من العام نفسه ظهر في فرنسا مواقع (Skyrock) كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى مواقع اجتماعية عام (2007) ثم ظهر موقع (My Space) عام (2003) في الولايات المتحدة الأمريكية، وتميزت بتطورها الهائل، وإزدياد عدد المستخدمين، خاصة من فئة المراهقين، وبعد ذلك ظهر موقع الفيس بوك منافساً عام (2004)، الذي اقتصر في بدايتهِ على طلبة جامعة هارفرد، ثم المؤسسات التعليمية في الولايات المتحد الأمريكية، وكانت الانطلاقة العالمية للفيس بوك عام (2006)، حيث أصبح الموقع الاول في العالم من حيث عدد المستخدمين،

وفي عام (2007) أتاح الفيس بوك لمستخدميه تكوين التطبيقات مما زاد مستخدميه خاصة من فئة الشباب (ناصر، 2014، ص: 16 – 17).

كما ظهرت أنواع أخرى من المواقع الاجتماعية، فمنها ما يهتم بالفيديو، مثل موقع اليوتيوب (Youtube)، وقد بدأ كمقدم لخدمة مشاركة ملفات الفيديو الشخصية، وإمتد هذا الموقع اليوم ليُصبح من أكبر مقدمي خدمة الفيديو في العالم، ومنها ما يهتم بخدمة التدوين المصغر مثل موقع تويتر (الدليمي، 2011، ص: 182 – 183).

ثانياً: أهم السمات العامة التي تشترك بها مواقع التواصل الاجتماعي.

تشترك مواقع التواصل الاجتماعي بمجموعة من الخصائص والسمات العامة، **منها:**

1.إنشاء الملف الشخصي للمستخدم: يحتوي هذا الملف على معلومات عامة عن المستخدم، مثل: الاسم، وتاريخ الميلاد، والاهتمامات، ومكان السكن والعمل، وعند الدخول للصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن التعرف على المستخدم، وطبيعة الأنشطة التي يقوم بها.

2.قائمة الأصدقاء: هم الأشخاص الذين يتعرف عليهم المستخدم عن طريق الموقع الذي هو عضو فيه، ويطلق عليهم أما أصدقاء أو معجبون أو متابعون، وذلك تبعا للشبكة الاجتماعية التي يشترك فيها المستخدم، ويمكن الدخول للملفات الشخصية لهؤلاء الأصدقاء عبر قائمة الأصدقاء.

3.إرسال الرسائل والملاحظات: توفر موقع التواصل الاجتماعي خدمة إرسال الرسائل السريعة والخاصة، والملاحظات على الملف الشخصي للأصدقاء (إيمان، 2013، ص: 43 – 44).

4.إنشاء البومات صور: توفر العديد من المواقع الاجتماعية على الانترنت، خدمات إنشاء البومات وتحميل ومشاركة الصور مع الأصدقاء، مع التعليق على هذه الصور.

5.المجموعات: تتيح العديد من مواقع التواصل الاجتماعي خاصية إنشاء مجموعات ذات اهتمامات خاصة، وأهداف محددة، كأن تكون أهداف سياسية أو اجتماعية وثقافية وغير ذلك، مما يسمح بتبادل ومشاركة الأفكار والآراء بين أفراد المجموعة.

6.الأحداث الهامة: توفر مواقع التواصل الاجتماعي إمكانية الإعلان عن الأحداث الهامة، من مواعيد للاحتجاجات، والتجمع للاعتصام، وكذلك مواعيد المؤتمرات والندوات، ودعوة الأصدقاء ومستخدمي هذه الشبكات للتعرف على هذه الأحداث الهامة (بودهان، 2013، ص: 107 – 108).

المطلب الثاني: أشكال، خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي.

مواقع التواصل الاجتماعي توفر كثير من الفوائد لمستخدميها، ومنها: إنها تجعل المستخدم مرسلاً ومستقبلاً في نفس الوقت، مما يُزيد من حجم التفاعل والتواصل والمشاركة بين المُستخدمينكما إنها تعمل على تنمية مهارات الحوار والنقد، وتشجيع روح المبادرة والعمل عبر منصاتها المختلفة، إضافة إلى إنها تبقي المستخدم على تواصل مع قضايا مجتمعهِ، من خلال متابعة أهم الأحداث السياسية والاجتماعية والاقتصادية أولاً بأول وعلى مدار الساعة، مما يُزيد من مستوى الوعي والإدراك بقضايا المجتمعات المحلية والعالمية (المنصور، 2012).

مواقع التواصل الاجتماعي لا تزال في تغيير وتطور مُستمر في الشكل والنوع والخدمات، ويُمكن حصر الأشكال الأساسية لهذه المواقع على النحو التالي:

1.مواقع اجتماعية كبيرة: (My space , Face book) وتسمح للأشخاص ببناء صفحة على الانترنت خاصة بهم، وتحمل إيميل وباسورد خاص بهؤلاء الأشخاص، ومن ثم التواصل مع الأصدقاء، وذلك للتشارك في المحتويات والتعليقات على هذه المواقع.

2. المدونات (Blogs): هذه المدونات من أفضل الأشكال الحديثة المعروفة في مواقع التواصل الاجتماعي، وهي عبارة عن مجلات عبر الانترنت، مع مداخلات تظهر حسب حداثتها، والمدوَّنة تجمع عدد من التدوينات وهي بمثابة مفكرة أو ساحة طرح آراء شخصية.

3. موسوعات (Wikls): هي مواقع تسمح للأشخاص بإضافة محتوى جديد أو تحرير معلومة عليها، وأفضلها " ويكيبيديا 4 " الموسوعة الألكترونية الحرة التي تحتوي على أكثر من مليوني مقالة باللغة الانكليزية.

4. المنتديات (Forums): ظهرت قبل مصطلح الإعلامالاجتماعي، وهي عنصر قوي وفاعل في مجتمعات الانترنت، وتُعتبر عبارة عن مساحات واسعة للحوار الألكتروني، وغالباً ما تدور حول موضوع أو إهتمام محدد.

5. المدونات الصغيرة (Microblogging): تلتقي هذه المدونات الصغيرة مع مواقع التواصل الاجتماعي من حيث كميات المحتوى والتحديثات، وتوزع على الانترنت من خلال الهاتف المحمول أيضاً، ويُعتبر تويتر القائد لمثل هذا النوع من المدونات (الرعود، 2012، ص: 35 – 36).

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي الخصائص والمميزات.

لمواقع التواصل الاجتماعي خصائص ومميزات كثيرة جعلت منها مقصداً لمتصفحي الانترنت في جميع أنحاء العالم، ومن أهم هذه الخصائص والمميزات:

1. **سهولة الاستخدام**: تطورت مواقع التواصل الاجتماعي بحيث أصبحت سهلة الاستخدام، فهي تحتاج إلى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا من أجل النشر وتحقيق التواصل عبر الانترنت، لذا نجد إن كل ما يتطلب لإستخدام مواقع التواصل هو التدريب البسيط على الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وفي المقابل هناك بعض التطبيقات للأشخاص المتقدمين على التطبيقات، وهي بسيطة في التصميم والألوان.

2. **التواصل والتعبير عن الذات**: أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي قنوات إتصال جاذبة لا تعتمد على نشر محتوى معين، وأصبحت حاجة للمهتمين في الاتصال مع الآخرين.

3. **تشكيل المجتمع بطرق جديدة**: على الرغم من إن المفاهيم المجتمعية الوهمية وجدت منذ بداية التطبيقات الألكترونية، إلا إن مواقع الشبكات الاجتماعية وفرت سبلاً جديدة للاتصال، فقد ينضم المستخدمون لمجتمعات قراء الكتب والاتصال من خلال تبادل وقراءة الكتب التي يُحبون.

4. **تقل البيانات**: تسمح غالبية مواقع التواصل الاجتماعي لأعضائها بإستعراض مواقع أصدقائهم، وقد مكن نقل البيانات المتاحة في هذه المواقع المستخدم من استعراض موقعه ومشاركته مع عامة الناس والأصدقاء، وتوفر بعض المواقع تطبيقات تسمح للمستخدمين بوصف العلاقة بينهم وبين الأعضاء الآخرين، وبعض التطبيقات التي تم إستخدامها بكثرة في الاحتجاجات الشعبية الأخيرة في البلدان العربية (الشهري، 2010، ص: 74 – 75).

5. **نشاطات من القاعدة إلى القمة**: توفر مواقع التواصل الاجتماعي منصات مثالية، يستطيع من خلالها المستخدمون المشتركون بالقضايا والقيم

نفسها من أن يتعاونوا بشكل فعّال وبتكـاليف أقـل، مثـال ذلـك يسـتطيع الأطبـاء أن يتشاركوا ويتأكدوا من الحالات الطبية النادرة من خلال مواقـع التواصـل الاجتماعـي ، كما إستخدمت هذه المواقع لأغراض سياسـية، ومنهـا الدعايـة الانتخابيـة في الحمـلات المختلفة، سواء كانت برلمانية أم بلدية وتوسيع دائرة المستخدمين.

6. العاطفة من خلال المحتوى: تعتبر المشاركة العاطفية إحدى الدوافعلإسـتخدام التدوين المصغر وترتبط خصائص وقوة المواقع الاجتماعية مع ما يعـرف بالمشـاركة أو التبادل العاطفي، ويظهر ذلك بشكل واضح في تيارات الـوعي الاجتماعـي (الحطـامي، 2010، ص: 90 – 91).

ثانياً: أسباب بروز مواقع التواصل الاجتماعي في ظل الاوضاع الراهنة.

إن صعود نجم المواقع الاجتماعية كالفيس بـوك وتـويتر واليوتيـوب وغيرهـا مـن المواقع الحديثة، فتحت الأبواب على أسئلة عدة، وذلك في شأن الدور الذي لعبتهُ هذه المواقع في الاحتجاجات العربية الأخيرة، وأيضاً تأثيرها على التوجُهات السياسـية لطلبـة الجامعات كونهم الشريحة الأكـثر تعرضـاً لهـذه المواقـع، لـذا سـوف نتطـرق إلى أهـم أسباب بروز هذه المواقع – وهذا الأسباب هي على سبيل المثال لا الحصر - على النحو التالي:

1. إن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي، كوسيلة نشر بديلة، جاء كرد فعل للواقع الاجتماعي والسياسي في المنطقة العربيـة، وإنغـلاق الأنظمـة العربيـة سياسياً وإعلامياً، وسطوتها على وسائل الاتصال والتعبير والنشر، مـما أدى إلى البحث عن وسائل جديدة للتعبير وإبداء الرأي والرأي الآخر في كافة القضـايا التي تخص الفرد والمجتمع.

2. جاءت هذه المواقع كردة فعل على السيطرة الكاملة من قبل أجهـزة السـلطة على الوسائل التقليديـة في الاتصـال والإعـلام، ولم تـترك أيـة قنـوات تقليديـة للشباب، لـذلك تحولـت مواقـع التواصـل الاجتماعـي إلى أمـاكن آمنـة لهـم، بالإضافة فإن لجوئهم إلى هذه المواقع كـان لتـوفير درجـة مـن الـوعي حـول قضاياهم السياسية التي تهم المجتمع (عزيز،2010، ص 213 – 215).
3. تمثل مواقع التواصل الاجتماعي عـاملاً مهـما في تهيئـة متطلبـات التغيـير عـن طريق تكوين الوعي والاتجاهات السياسية، لذا أصبحت تتشكل بفضل هذه المواقع فضاءات تواصلية عدة هي بمثابة أمكنة إفتراضية.
4. أصبحت هذه المواقع اليوم تمثل فضاءات مفتوحة للتمرد والثـورة، بدايـةً مـن التمرد على الخجل والانطـواء وانتهـاءً بـالثورة عـلى الأنظمـة السياسـية، لـذا يُمكن النظر لمواقع التواصل الاجتماعي برؤية حتمية التحول بثلاث مسارات، أولهما ما يُعرف بالحتمية التقنية، وثانيهما مـا يُعـرف بالحتميـة الاجتماعيـة، وثالثهما ما يعرف بالحتمية المعلوماتية.
5. مواقع التواصل الاجتماعي قيمـة إعلاميـة ودعائيـة كبـيرة ومهمـة لبيـع وشراء المنتجـات، والحصـول عـلى المعلومـات وتبادلهـا بـين الأفـراد، مـما يُسـهم في المساعدة على تأدية المهمات واتخاذ القرارات والتحقق من المعلومات بعينها (الراوي، 2012، ص: 109 – 110).

ثالثاً: المخاطر الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي.

هناك العديد من التساؤلات التي أثيرت حول الآثـار الاجتماعيـة لمواقـع التواصل الاجتماعي الألكترونية، ففي الوقـت الـذي يـذهب فيـه الـبعض إلى إعتبار إن هذه المواقع أدوات لتوطيد العلاقات القائمة، يذهب البعض الآخر

إلى توجيه النقد إلى هذه المواقع لأنها تعمل على عزل الأفراد وتحد من التفاعل، وكـما تنـاول البـاحثون الآثـار الايجابيـة لهـذه المواقـع فقـد تنـاولوا أيضـا سـلبيات هـذه المواقعالاجتماعية، ومنها إسـاءة الاسـتخدام والتشـهير والخـداع وإنتهـاك الشخصـيات، لذلك يُمكن إبراز أهم مخاطر هذه المواقع على النحو التالي:

1. **تقلص العلاقات الاجتماعية الواقعية ونمو العلاقات الافتراضية**: على الرغم من إن الأفراد يستخدمون هذه المواقع للإحياء العلاقات القديمة وتعزيز العلاقات الحالية، إلا إننا نجد كثير من الأبحاث تشير إلى نسـبة كبـيرة مـن الأفـراد يسـتخدمونها كبـديل للتواصل والتفاعل المبـاشر، أي طغيـان العلاقـات الافتراضـية عـلى العلاقـات الواقعيـة (الدوسري، 2013، ص: 110 – 111).

2. **إهدار الوقت**: يَعُد إهدار الوقت مـن أبـرز القضـايا أو الـتُهم التـي توجـه إلى مواقع التواصل الاجتماعي، فهناك العديد من طلبة الجامعات يقضون وقتاً طويلاً على هذه المواقع دون أي فائدة تذكر، وذلك على حساب متطلباتهم الأكاديمية، لذلك نجـد أن هناك الكثير من الدراسات أثبتت إن الوقت الطويل الذي يقضيه الطالب يؤدي إلى تدني مستواه التعليمي.

3. **خرق خصوصية الأفراد**: مواقع التواصل الاجتماعي حظيت بشعبية كبيرة خلال السنوات الأخيرة، فهنـاك الملايـين مـن مسـتخدمي هـذا المواقـع في العـالم يكشفون عن حجم كبير من المعلومات الشخصية والأمـور ذات الخصوصـية، في بيئة تكاد تخلو من المعايير والممارسات الآمنة إلى حد كبير، ومع ذلـك فهنـاك الكثير من الأفـراد ممـن يـنشرون خصوصـياتهم اسـتناداً إلى الثقـة التـي يـتم بناؤها من خلال العلاقات القوية التي تنشئ بين الأصدقاء المندمجين في هذه المواقع، وفي هذه الوسائل تتشكل ملامح خرق الخصوصية من خلال استخدام معلومات المشتركين الشخصية، كأرقام الهواتـف والعنـاوين، ومتابعـة الأفـراد

أصحاب الأنشطة من خلال برامج غير مصرح بها من قبل المشتركين (أبو صعيليك، 2012، ص: 22 – 23).

4. التشهير والإساءة إلى الآخرين: يعد التشهير والإساءة أبرز المخاطر الاجتماعية والمظاهر السلبية التي ترافق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك عن طريق القيام بنشر الصور والفيديو كما يفعل البعض من خلال قيامهم بنشر صور وفيديوهات لهم ولزملائهم تتعارض مع السياسة العامة لمجتمعاتهم، ففي ظل إمكانية إنشاء حسابات وهمية على مواقع التواصل الاجتماعي وأيضاً غياب المسؤولية القانونية، فقد لجأ البعض إلى الإساءة إلى الآخرين وإنتحال أو تقليد شخصياتهم دون علمهم، والقيام بإبتزازهم والتهديد بنشر صورهم على تلك المواقع، وقد أدت هذه الابتزازات والتهديدات إلى حالات إنتحار، مما أدى إلى المطالبة بتعديل القوانين والنظر في حدود حرية الرأي والتعبير وحماية الأفراد من الإساءة.

5. الإنحراف: يُعتبر الإنحراف من المخاطر المؤكدة لمواقع التواصل الاجتماعي، كما جاء في تقرير صادر عن الأكاديمية الأمريكية لطب الأطفال، فإن استخدام هذه المواقع من قبل الشباب وخاصة المراهقين منهم يؤدي إلى تبادل الصور والأفلام الإباحية في ظل عدم وجود رقابة، وتعرُضِهِم للتهديد أو التهم الجنائية بسبب تداول تلك المواد، كما أكد التقرير على ظهور ما يسمى " باكتئاب الفيس بوك " لدى الشباب، نتيجة الوقت الطويلعلى هذه المواقع (أبو صعيليك، 2012، ص 24 – 25).

لذا يرى الكاتب: إن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير قوي على جمهور الأفراد بشكل عام وعلى فئة الشباب بشكل خاص، من خلال مقدار الثقة في المعلومات التي تقدمها هذه المواقع وتأثيرها على وعيهم السياسي سواء كان هذا التأثير سلبياً أو ايجابياً، وضرورة قيام المؤسسات بتوعيتهم وحثهم على

استثمار الوقت فيها بالإتجاه الصحيح، وتلعب الأسرة دوراً كبيراً في مراقبة ومتابعة أبنائها، وكذلك قيام المنظمات بنشر ثقافة سياسية تزيد من درجة الوعي السياسي للشباب، بما يُحفزهم على ممارسة حُقوقهم السياسية والمشاركة المجتمعية الفاعلة، وبالتالي ظهور جيل واعي من الشباب يَفهم ويُدرك ما يدور من حوله من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الثالث: الرأي العام، والرأي العام الألكتروني.

يَكاد يكون الرأي العام ودور الإعلام فيه الشغل الشاغل لكثير من الدراسات، وخصوصاً تلك التي تتعلق برفع مستوى الوعي وتوحيد التوجُهات السياسية إتجاه القضايا المشتركة بين الجمهور المُتلقي، ويأتي الإهتمام بالرأي العام بعد أن أصبحت هناك ملامح واضحة لما يُعرف بالجمهور الذي يُسهم بشكل كبير في تشكيل ظاهرة الرأي العام، بالإضافة إلى إن النُخب المختلفة بما فيها العاملون السياسيون، تُسهم في عملية تشكيل الرأي العام وفق عملية دائرية (المطيري، 2013، ص: 35).

يُعرف عاطف عدلي العبد الرأي العام بأنه: "الهدف أو الفكرة الرئيسية السائدة بين عدد من الناس تربطهم مصلحة رئيسية، إتجاه موقف من المواقف، أو فعل من الأفعال، أو قضية من القضايا العامة التي تثير إهتمام الناس أو تتعلق بمصالحهم المشتركة، أما مختار التهامي فعرفهُ بأنه " الرأي السائد بين أغلبية الجمهور الواعي في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش وتمُس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الأساسية مساً مباشراً " (التهامي والعبد، 2005، ص: 13).

وتُعرفه حميدة سميسم بأنه الرأي السائد الذي ينبع من الأفراد وغايته الجماعة بعد السؤال والاستفهام والنقاش، تعبيراً عن الإرادة والوعي تجاه أمر ما، ويُشترط موافقته للشريعة والسير في حدودها، من أجل تنظيم العلاقة بين

الحاكم والمحكوم، وترتبط اتجاهاته بالولاء القومي والوطني والديني لإفراد الأمة (سميسم، 2002، ص: 22 – 23).

والرأي العام هو خلاصة آراء مجموعة من الناس، أو إجماع الآراء، أو يكون الاتفاق الجَمَاعي لدى غالبية فئات الشعب اتجاه أمر ما، أو موضوع أو ظاهرة أو قضية من القضايا الخلافية، قد تكون سياسية أو اجتماعية أو ثقافية أو اجتماعية، ويمثل أيضاً خلاصة الآراء الناتجة عن المؤثرات وردود الأفعال المتبادلة بين أفراد الجماعة التي تتقسم اتجاهاتها بين مؤيد ومعارض أو محايد اتجاه القضايا المطروحةفي المجتمع (الدبيسي والطاهات، 2013، ص: 68).

لذا يُمكن القول: إن الرأي العام في المجتمعات عموماً، ما هو إلا رأي مجموعة أو مجموعات، استطاعت التعبيرعن مواقفها واتجاهاتها ومصالحها بما يؤدي إلى تشكيل ظاهرة الرأي العام، وان الرأي العام قد يُعبر عن اتجاهات ومواقف الأغلبية وقد لا يُعبر عنها.

أولاً: أنواع الرأي العام.

يُصَنَف الرأي العام ويُقسم إلى أنواع ومستويات وأشكال وفق معايير وأسس مختلفة، منها:

1. الرأي العام المحلي: ويقصُد به الرأي الذي يتعلق بالقضايا المحلية كسياسة الحكومة في الضرائب أو في التعليم.
2. الرأي العام المؤقت: الذي يتعلق بتأييد قضية أو جهة ما، ثم ما يلبث أن يتغير مقابل الرأي العام طويل المدى كالاتجاهات العدائية ضد إسرائيل وسياستها أو ضد الشيوعية أو النازية.

3. الرأي العام الظاهر: أي الذي يعلن عنه والرأي العام الكامن الـذي لا تتـاح لـه الفرصة في التعبير بسبب بعض العوامل الضاغطة (الزغول، 2010، ص: 65 – 66).

أما عبد اللطيف حمزة يُعطي تقسيماً للرأي العـام بنـاءً عـلى قوتـه أو موقعـه في الاتجاهات العامة كما يلي:

1. رأي عام مُسَيطِر: وهو رأي القادة والزعماء والحكومات.
2. رأي عام مستنير: وتمثله الطبقة المثقفة في المجتمع.
3. رأي عام منقاد: وهو رأي السـواد الأعظـم مـن الشـعب (المطـيري، 2013، ص: 40).

تنتقد حميدة سميسم التقسيمات الشائعة وتعدها نُسخاً مـن المراجـع الغربيـة، لذا فمِن المُمكن الدعوة إلى التبصر والتأني في خصائص المجتمعات السياسـية المعـاصرة للتعـرف إلى سـمات وأنـواع الـرأي العـام، لـذلك يمكـن التفريـق بـين الـرأي العـام في المجتمعات المتقدمة والمجتمعـات الأخـرى المتخلفـة، ويُمكـن تقسـيم الـرأي العـام إلى أربعة أنواع كما يلي:

1. **الرأي العام الوطني**: ويقصُد به الرأي العام الذي يرتبط بالدولة وتسـتند إليـه السلطة القائمة، ويكون بمثابة الشرعية السـلطوية للدولـة، ويمتـاز بخصـائص معينة أهمها: التجانس، إمكانية التنبؤ به، وإنه يدور حول المشاكل القومية.
2. **الرأي العام الإقليمي**: هو الرأي السائد بين مجموعة مـن الشـعوب المتجـاورة جغرافياً في فترة معينة نحو قضية ما، والـرأي العـام الإقليمـي يـأتي في موقـع وسط بين الرأي العام الدولي والرأي العام الوطني.

3. **الرأي العام العالمي**: هو كل تعبير تلقائي عن وجهة نظر معينة، لا تقتصر على إثبات وجودها على مجتمع معين، وإنما تتعدى الحدود بين الجماعات السياسية لتعبر عن نوع من التوافق بين الطبقات التي تنتمي إلى أكثر من دولة، وليست بالضرورة أن تكون الدول إقليمية.
4. **الرأي العام النوعي**: وهو المفهوم الواسع لاتجاهات الرأي التي تعبر عن قطاع معين من المجتمع السياسي الكلي، ويكون على نطاق محلي أو إقليمي (سميسم، 2002، ص: 194 - 202)

ثانياً: مراحل تكوين الرأي العام.

يمكن تلخيص مراحل تكوين الرأي العام بعدة خطوات نلخصها كما يلي:

1. **نشأة المشكلة أو الموضوع**: ويكون ذلك في مجالات الحياة المختلفة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وما إلى ذلك من القضايا التي تكون مرشحة لجلب الاهتمام، وقد تبدأ المشكلة بحادث صغير ثم تتطور إلى قضية، مثال ذلك (الشاب محمد البوعزيزي الذي قام بإضرام النار في جسده تعبيرًا عن غضبه على بطالته ومصادرة العربة التي يبيع عليها من قبل الشرطية فادية حمدي) وبعد تناول مواقع الشبكات الاجتماعي لهذه القضية وانتشارها بسرعة فائقة بين الجمهور، أصبحت الشرارة الاولى للثورة في تونس 2011.
2. **إدراك المشكلة**: يعتمد إدراك المشكلة على مدى أهميتها، ويعتمد كذلك على كيفية تقديمها للجمهور من خلال وسائل الإعلام، ويبرز في هذه المرحلة دور قادة الرأي الذين يقومون بشرح القضية، ويبرز أيضاً دور منظمات المجتمع المدني بإثارة المشكلة، مما يُهيأ وعي الجمهور وإدراك مخاطر القضية على المجتمع.

3. **المناقشة والفحص والتمحيص**: هنا تظهر التساؤلات حول مدى خطورة أو أهمية المشكلة أو القضية، وتعتبر المناقشة والفحص هي مرحلة هامة في عملية تكوين الظاهرة.
4. **بزوغ المقترحات**: تبرز هذه المقترحات خلال المناقشات وتبادل المعلومات والآراء، وكثيراً ما يبرز ذلك من خلال وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصاً من قبل المحللين وكُتاب الأعمدة والمقالات (سميسم، 2005، ص: 44 – 45).
5. **صراعالآراء**: تتبلور الآراء المتباينة حول القضية التي تؤدي إلى إتجاهات حول الصراع وتلعب الإشاعات والانفعالات في هذه المرحلة دوراً هاماً، وبرزت في السنوات الأخيرة مواقع التواصل الاجتماعي التي شكلت ساحات نشطة لصراع الآراء والانفعالات.
6. **غلبة الرأي الواحد أو الوسطي**: يصبح الرأي العام التيار الغالب للجماهير حيال القضية التي تكون موضوع الاهتمام، وفي بعض الحالات يبرز أكثر من إتجاه للرأي العام دون أن يُحرز أحداً الغلبة (المطيري، 2013، ص: 43 – 44).

ثالثاً: الرأي العام الألكتروني.

ظهرت في السنوات الأخيرة مفاهيم جديدة تتعلق بنوع جديد من أنواع الرأي العام هو الرأي العام الألكتروني، وقد عرفه فتحي عامر بأنه " كل فكرة، أو اقتراح أو رأي، أو مشاركة، أو حتى لفظ إعتراض غاضب، يُعبر عن توجه معين ويُدافع عن آيدولوجيا معينة بعينها، أو ينبع من تجربة شخصية سواء أكانت فردية أم جماعية، لتصل إلى نتيجة سياسية عامة، يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال الانترنت، لتأخذ دورها في المشاهدة والاطلاع من قبل من يملك أو يستطيع استخدام الانترنت، والاطلاع في الوقت نفسه على تلك

المواقع التي يستخدموها الآخرين ليتكون ما يعرف بـ الرأي العـام الألكـتروني" (عـامر، 2012، ص: 164).

تزايدت أهمية الرأي العام الألكتروني، فقد كان ظهور مواقع التواصـل الاجتماعـي على الانترنت بمثابة قفزة نوعية في تاريخ وسائل الإعـلام، إذ أسـهمت هـذه المواقـع في إلغاء المسافات والحدود الجغرافية بين البشر، وجعلت العالم ليس فقط قرية صـغيرة، بل مجرد شاشة فضية صغيرة، ليتحول الإنسان في القرن الحادي والعشرون إلى ما يُمكن تسميته بالمواطن الكوني أو العالمي، وساهم الرأي العـام الألكـتروني في تكـريس حُريـة التعبير، التي ما زالت تُمثل إشكالية في البلدان النامية، وشهدت الألفيـة الثالثـة نمـو في المعطيات المعرفية والتقنية (القصيري، 2011، ص: 13 – 14).

انتشر الرأي العالم الألكتروني في أوساط الشباب التي كانت الفئة الدافعة لإنتشـار هذا الشكل من التواصل من داخل شبكة الانترنت، بل تكاد تكون ممارسته حكراً على هذه الفئة إلى حد ما، وقد يكون وراء هذا الانخراط العفوي من قبل فئـة الشـباب في هذا النوع من الإعلام هو فقدان الثقـة بوسـائل الإعـلام التقليديـة، ويُمكـن القـول إن هذه الوسيلة من وسـائل الإعـلام أسـهمت إلى حـد مـا في تحديـد وتشـكيل ديمغرافيـا الانترنت (القصيري، 2011، ص 19 – 20).

كان لظهور مواقـع التواصـل الاجتماعـي أهميـة كبـيرة ودور بـارز نتيجـة مجموعة من التطورات وأهمهـا في تكنولوجيـا الاتصـال، وزادت أهميـة الـرأي العام الألكتروني، وأصبحت هذه المواقع منتديات وساحات يلتقي بها الجمهـور من ذوي الاهتمامات المشتركة اتجاه قضية أو مجموعة من القضايا تنتمـي إلى الرأي العام، وقد برز دور مواقع التواصل الاجتماعي في الأحداث التـي وقعـت في الوطن العربي في الفترة الأخيرة بدرجة كبيرة، لدرجة إن السلطات الحاكمـة

سعت في تلك الفترة إلى حجب بعض المواقع الاجتماعية، لكن مستخدمي هذه المواقع ممن يريدون التعبير عن رأيهم غالباً ما يجدون الوسائل لتجاوز هـذا الحجـب (مـراد، 2011، ص: 78 – 79).

لـذا: إن الاتصـال عـبر الانترنـت وتكنولوجيـا الاتصـال الحديثـة المتمثلـة بمواقـع التواصل الاجتماعي وغيرها من وسائل الاتصال والتواصل، باتت تشارك مشاركة فعليـة وفاعلة في تكوين الاتجاهات وتشكيل الرأي العـام وتوجيهـه، وارتـبط هـذا التطـور في وسائل الاتصال بظهور أبعاد جديدة تتعلق بـالرأي العـام ودور الاتصـال التكنولـوجي فيه، وأدى إلى المشاركة الواسعة للمواطن في الاتصال السياسي، وإزدادت أهمية وتـأثير الرأي العام على صُناع القرار السياسي.

المبحث الثاني: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.

أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي ثورة في عـالم الاتصـالات التفاعليـة، ذلـك مـن خلال ما تميزت به من خصائص وتطبيقات اتصالية متنوعة، وجعلت مـن العـالم قريـة صغيرة، وأصبحت هذه المواقع اليوم تلعب دوراً كبيراً على الشبكة العنكبوتية، وتعدت الفضاء الافتراضي لتدخل إلى الواقع اليومي للملايين في كل أنحاء العالم، ونظـراً لإنتشـار هذه المواقع التي دخلت إلى كل المجالات، لتتجه نحو التخصص.

ومن هنا سيتم بحث هذا الموضوع من خلال التعرض للمحاور التالية:

- **المطلب الاول: موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك " Face book".**
- **المطلب الثاني: موقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب" Youtube ".**
- **المطلب الثالث: موقع التواصل الاجتماعي تويتر" Twitter ".**
- **المطلب الرابع: مواقع التواصل الاجتماعي في الوطن العربي.**

تعتبر هذه المواقع عبارة عن شبكات إجتماعية، ومواقع للتبادل ومشاركة الفيديو، وكذلك شبكات للتدوين المصغر، وأيضاً مواقع للتصفح والأخبار الاجتماعية.

المطلب الاول: موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك "Face book".

يعُد الفيس بوك موقع ويب للتواصل الاجتماعي، يُمكن الدخول إليه بسهولة، لذا فالمستخدمون بإمكانهم الإنضمام إلى الشبكات التي تنظمها جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، ذلك من أجل التواصل مع الآخرين والتفاعل معهم، وجاءت الفكرة لهذا الموقع من المدرسة الثانوية التي درس بها " مارك جوكربيرج "[1] وتسمى " أكاديمية فيلبس أكستر " حيث استوحى الطالب فكرة هذا الموقع من الكتاب السنوي الذي يسمى Wxeter Face Book، وكانت فكرة صاحب هذا الموقع الألكتروني، والذي أصبح أصغر ملياردير في العالم فيما بعد، تقضي بإنشاء موقع إنترنت بسيط يجمع من خلاله طلاب جامعة هارفارد في شكل شبكة تعارف، بغية تعزيز التواصل بين الطلبة، والإبقاء على الروابط بينهم بعد التخرج (عامر، 2011، ص: 203 – 205).

أنطلق موقع الفيس بوك في 4 فبراير من العام 2004 من جامعة هارفارد، ثم تطور كثيراً بمساعدة زملاء مارك جوكربيرج وعُمم على الجامعات، وأصبح مفتوحاً للجميع ببريد ألكتروني فعّال واستطاع مستخدميه إنشاء ملفاتهم الشخصية وعرض المعلومات والصور وأشرطة الفيديو ومشاركاتها مع أصدقائهم، ويتكون هذا الموقع من أقسام كثيرة ومتنوعة، كالمجموعات والصور

(1) مارك زوكربيرج، من (مواليد 14 مايو 1984)، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية، طالب ومبرمج حاسوب أميركي، أشتهر بتأسيسه موقع الفيسبوك الاجتماعي، وهو أكبرموقع إجماعي في العالم، أنشأ هذا الموقع مع زملائه في قسم علوم الحاسب في جامعة هارفارد وهو بمثابة الرئيس التنفيذي لموقع الفيس بوك.

والأصدقاء والملاحظات والمعلومات (The Arab Social Media Report , 2011).

وبلغ عدد مستخدمي الفيس بوك في العالم 742,593,000 مستخدم في 20 أيلول من العام 2011 ويعتبر الفيس بوك أكثر وسيلة إجتماعية في الشرق الأوسط، إذ بلغ عدد مستخدميه في العالم العربي حوالي 27,711,503 مستخدم في (5 نيسان 2011)، بعد أن كان 21,377,282 مستخدم، وهذا يعني إن عدد مستخدمي الفيس بوك قد زاد في العالم العربي بنسبة 30% في الربع الاول من عام 2011 (وكالة فرانس للأخبار)، وفي عام 2013 بلغ عدد مستخدمي الفيس بوك في العالم حسب موقع Social Bakers المختص: 963,675,160 مستخدم، أي تقريباً مليار مستخدم نشط، وان بلوغ هذا الرقم الكبير سيتزامن مع خطة تسويقية جديدة تسمى " قصص الفيس بوك Face book Stories "وستسمح هذه القصص لجميع المستخدمين في بيان مدى تأثير الفيس بوك على حياتهم، ويُعتبر الفيس بوك أشهر شبكة إجتماعية، إذ يتيح هذا الموقع لمستخدميه إنشاء الصفحات الخاصة بهم، بحيث يُمكن لهم كتابة يومياتهم ونشر صورهم، وفيديوهاتهم (حمودة، 2013، ص: 65 – 66).

وأكد في عام 2014مدير موقع فيس بوك (جوناثان لابين) في الشرق الأوسط وأفريقيا وباكستان أن عدد مستخدمي الموقع في العالم العربي يصل إلى 62 مليون شخص، ويستعمل نصفهم الفيس بوك كل يوم، خصوصاً عبر الهواتف المحمولة (وكالة فرانس للأخبار).

الفيس بوك كأحد المواقع الاجتماعية في العالم، ليس مجرد آداة للتعرف على أصدقاء جدد أو التواصل، أو معرفة ما يجري من حولنا في العالم، بل يُعد

كـذلك آداة تعليميـة أبهـرت العـالم، إذ تـم إسـتخدامه بفعاليـة، وعُـدَ مـورد مهـم للمعلومات، ويُمكن إستخدامهُ من قبل المعلمـين خصوصـاً في التعلـيم الجـامعي، مـن أجل تحسين إندماج الطلبة في أنشطة فعّالة تختلف عن أسـاليب التـدريس التقليديـة القديمة، وأيضاً بهذا الإسلوب يتعرف الطلاب والشباب على إسـتخدامات أخـرى لموقـع التواصل الاجتماعي الفيس بوك أكثر فائدة وفاعلية (العلم اليوم، 2012).

يقدم الفيس بوك كأحد مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بعـض الخصـائص والخدمات لمشتركيه، وفيما يلي عرض موجز لهذه الخصائص والخدمات:

1. **خاصيةالصـور:** تتـيح هـذه الخاصـية للمشـترك إمكانيـة إعـداد ألبـوم للصـور الخاصة به، ويستعرض من خلالها صور أصدقائه المضافين إليه.

2. **خاصية الفيديو:** توفر هذه الخاصية للمشـترك إمكانيـة تحميـل الفيـديوهات الجديدة الخاصة به ومشاركتها، إضافةً إلى تسجيل لقطـات الفيـديو مبـاشرة وإرسـالها كرسالة مرئية صوت وصورة.

3. **خاصية الحلقات:** تُمَكن هذه الخاصية المشتركين من إعـداد مجموعـات نقـاش في موضوع أو قضية ما.

4. **خاصية الأحداث الهامة:** تُتيح هذه الخاصية للمشـتركين إمكانيـة الإعـلان عـن حدث ما، جاري حدوثه، وإخبار الأصدقاء والأعضاء به.

5. **خاصيةالإعلان:** تُمَكن المشتركين من الإعلان عن أي منتج يُـود الإعـلان عنـه، أو البحث عن أي منتج يرغب المُشترك في شرائه.

6. النكزات: يعتبر النكز عملية تنبيه للأصدقاء على موقع الفيس بوك لجذب انتباههم.

7. الإشعارات: تستخدم خاصية الإشعارات للحفاظ على بقاء المستخدم على إتصال بآخر التحديثات التي قام بالتعليق عليها سابقاً (الحمد، 2014، ص: 18 – 19).

أولاً: أهمية الفيس بوك كأحد مواقع التواصل الاجتماعي:

شهد اليوم هذ الموقع حركة ديناميكية كبيرة من التطور والانتشار السريع في أوساط مجتمعاتنا، وتحولت من أداة إعلامية نصية إلى أداة إعلامية بصرية وسمعية، ويُمكن القول إن للفيس بوك كأحد مواقع التواصل الاجتماعي أهمية متنوعة منها ما يلي:

أ. الأهمية الدينية: هي الحاجة إلى إبلاغ أمر الله عن طريق هذا المواقع، ونشر هذا الدين والمحافظة عليه، والتواصل مع غير المسلمين من كافة الأديان، وفتح نوافذ الاتصال لمساعدة من يرغب التعرف على دين الإسلام والدخول فيه، ونبذ العنف والطائفية وعدم الدعوة إلى التعصب، ونشر روح المحبة والتسامح، لأن الإسلام هو دين المحبة والتسامح والإخوة.

ب. الأهمية الأخلاقية: التعريف بالأخلاق الإسلامية الحسنة وتقديمها كوسيلة لإنقاذ البشرية من الفساد والإنحلال الأخلاقي الذي تعيشه المجتمعات ، لأن الأخلاق تعتبر ركيزة رئيسية ومهمة في حياة الإنسان، وإن تماسُك أي مجتمع مرهون بتمسك أفراده بالأخلاق الحميدة حيث تسمو مكانته، كما إن انهياره مرهون بانتشار الفاحشة والرذيلة، لذا لا بُد من التأكيد على الأهمية الأخلاقية في هذه المواقع الاجتماعية.

ج. الأهمية الثقافية: لكل مجتمع في العالم طبيعته وخصائصه وثقافته، ومواقع التواصل الاجتماعي مزيج هائل من المجتمعات، لذا يُمكن أن يكون لهذه المواقع تأثير على شباب المجتمع المسلم، فتكون حينها هذه المواقع وسيلة لحفظ المجتمع من خلال التواصل مع أفراده، لأن بدون الأهمية الثقافية يُمكن لهذه المواقع أن تنتج جيلاً غير مُلتزم ولا يليق بتعاليم الإسلام (القرشي، 2013، ص: 18 – 19)

لذا يرى الكاتب: في كثير من الأحيان نجد اليوم إن مواقع التواصل الاجتماعي قد تحولت إلى قناة لترويج الفضائح والابتزاز، خصوصاً في المجتمعات المحافظة، فعلى الرغم من سياسة الموقع الرافضة لوضع أو نشر المواد غير الأخلاقية، إلا أن هناك الكثير من المعوقات والصعوبات التي تواجه مُسيري هذه المواقع، وتسمح هذه المواقع أيضاً بالتطرق إلى المواضيع السياسية، وهذه المواضيع غالباً ما تثير الجدل بين المستخدمين، وقد يصل الموضوع في بعض الأحيان لشن حملات من الشكاوي لدى الموقع، وذلك من أجل حذف المواضيع والفيديوهات التي أصبحت مثاراً للجدل، خصوصاً إذا تعلق الأمر بالقضايا الساخنة ومنها على سبيل المثال الحرب على الإرهاب والقضايا المتعلقة بصراع الحضارات والأديان.

ثانياً: مميزات موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك Face book.

يتميز الفيس بوك ببعض المميزات، وسوف نقوم بذكر جزء منها كما يلي:

1.العالمية: حيث تلغي العالمية الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتحطم فيها الحدود الدولية، لذا يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب بكل بساطة وسهولة.

2.التفاعلية: إن الفرد فيها كما هو مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة، وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

3.التنوع وتعدد الإستعمالات: يستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث علمهِ وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء.... وهكذا.

4.سهولة الإستخدام: المواقع الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور، التي تسهل للمستخدم التفاعل.

5.التوفيروالاقتصادية: التوفير في الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الإشتراك، فالفرد البسيط يستطيع إمتلاك حيز على هذا الموقع، لأن هذه المواقع ليست حكراً على أصحاب الأموال، أو على جماعة دون الأخرى (أبو شعبان، 2013، ص: 47 – 48).

لعل من اللافت للنظر إن الغالبية العُظمى من المؤسسات التعليمية الاجتماعية والإقتصادية وحتى الدوائر الرسمية وغير الرسمية، والأفراد والشركات، وحتى النخب السياسية والأكاديمية، أصبحوا من مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك، في مختلف بلدان العالم سواء العربية أو الغربية، بعد أن أصبحت هذه المواقع منفذاً يُعَبر من خلاله كل شخص، عن أهدافه وتطلعاته ورؤيته وتفسيره وتحليله للأمور وكل ما يدور في خاطره، ويعد الفيس بوك على رأس الوسائل الرقمية الأكثر شعبية في وسط الشباب (قتلوني، 2012، ص: 90 – 91).

ثالثاً: الاتصال والتفاعل عبر الفيس بوك.

يُشكل الاتصال عنصراً أساسياً في الحياة الاجتماعية، وعليه تعتمد عملية التنشئة الاجتماعية وبدون الإتصال يفقد أبناء المجتمع قدرتهم على التواصل،

والاتصال عبر هذه المواقع هو صيغة من صيغ التفاعل، كما يُمكن أن يكون أحد الظواهر الاجتماعية في حياة الناس والقائمة أساساً على التأثير في المواقف والقيم، والاتجاهات والمعايير وأنماط السلوك، وإن الفرد بحاجة إلى الإتصال بالآخرين كي يستمر في العيش ويُشبع حاجاته، فقدرة الفرد على المشاركة والتفاعل مع الآخرين تزيد من فرصه على البقاء والنجاح، والتحكم في الظروف المحيطة به (الدليمي، 2006، ص: 49 – 50).

ويُمكن التمييز بين عدة أنواع من الاتصال:

الاتصال الذاتي: هو نمط من الإحساس المثير والإستجابة له، والاتصال الشخصي: ويتم بين فردين أو أكثر ويقصُد به التبادل وجهاً لوجه، والاتصال المجتمعي: مثل المحاضرات والبرامج التعليمية، والاتصال التنظيمي: وهو الذي تستخدمه المنظمات والمؤسسات، والاتصال الجماهيري: هو مشاركة عدد كبير من الأفراد في موقف إتصالي (عبد الله، 2013، ص: 337). وأصبح الفيس بوك عبارة عن وسيلة لنشر الآراء والأفكار والأخبار وتحقيق الأهداف المشتركة، كذلك أداة للبدء بالحركات السياسية، لذا فقد تَمَكَنَ الفيس بوك من ربط التكنولوجيا بالسياسة، حيث أصبحت هذه المواقع مقصداً للعديد من المشتركين الذين وجدوا فيها متنفساً للتعبير عن آرائهم السياسية، والتي لا يستطيعون الجهر بها، وأصبح وسيلة لحشد الجماهير في العمل السياسي، خاصة في البلدان التي تعاني ضيق في هامش الحرية، وتعثر الحياة الديمقراطية (في بلدان تدعي أنها ديمقراطية إن صح القول)، وباتت هذه المواقع تتمتع بدور مهم في العديد من حركات المعارضة والعصيان المدني كما حدث في العام 2011 في تونس ومصر، والمشاركون في هذه الاحتجاجات غالبيتهم هم من فئة الشباب(حسن، 2013، ص: 44 – 46).

لذا يمكن القول: إنَّ مواقع التواصل الاجتماعي ومنها الفيس بوك أصبحت اليـوم، أدوات ملموسة لدرجة لا يُمكن تجاهلها، والاعتماد على هذه المواقع وإدراجهـا ضـمن الأولويات في التعامل مع القضـايا الثقافيـة والسياسـية والاجتماعيـة، وأصـبحت هـذه المواقع أيضاً عنصر تشويق وإثارة، ويجد المُستخدم فيهـا مسـاحة واسـعة مـن حريـة التعبير، واعتبر الفيس بوك واحد من بين أهم هذه المواقع التي أصبح روادها بـالملايين من الناس، وطلبة الجامعات شريحة كبيرة ولها حضور قوي على هذه المواقع.

ولا شك بأن كل طريقة من هذه الطـرق لهـا إيجابيـات وسـلبيات، ويـتم إختيـار الطريقة المناسبة حسب الموضوع والأهمية والزمان والمكـان، وينبغـي علينـا في نهايـة هذا المطلب المتواضع الإقرار بأن مواقع التواصل الاجتماعي، المتشكلة بفضـل تقنيـات الإتصـال الالكترونيـة، مَكنـت النـاس مـن التواصـل في المجتمعـات، عـبر طـرح الآراء ومناقشتها وتأييد القرارات أو معارضـتها، ويُمكـن الأخـذ بنتـائج تشـكيل الـرأي العـام الالكتروني كمقياس صحيح وحـاضر نسـبياً تجـاه القضـايا الراهنـة في الوقـت الحـاضر، وبات واضحاً إن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي أذِنَ ببداية تحرُر الإنسان من أجهزة التوجيه الإعلامي التي تسيطر على عقله، (من خلال إحتكارها للمعلومات، أو صـبغها بصبغة تخدم الجهة المالكة)، وهو تحرير مزدوج، يشمل حرية الإرسـال، حيـث أصـبح المرسل مسيطراً على رسالتهِ الإعلامية الخاصة والرسمية، كما يشمل التحرر أيضا حريـة الاستقبال بدون عوائق تذكر.

المطلب الثاني: موقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب" Youtube ".

تقوم فكرة موقع اليوتيوب على إمكانيـة إتاحـة تـوفير خدمـة تبـادل ومشـاهدة مقـاطع الفيـديو، والتـي مـن خلالهـا يُسـمح للمسـتخدمين بتنزيـل مقـاطع الفيـديو

الموجودة على الانترنت، سواء كانت هذه المقاطع المتوفرة إعلامية أو سياسية أو للتسلية أو شخصية، ويستطيع أي فرد في الوقت ذاته أن ينشر ما يُريد بالإضافة إلى خدمة النشر التي يوفرها هذا الموقع، فأنه يسمح كذلك للفرد بإعادة نشر ما نشره أصدقائه والبحث عن المحتوى حسب الكلمة أو الفئة (Jarboe ،2009 ،p 2).

إنطلق موقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب والذي يُعتبر الموقع الاول عالمياً من حيث مشاركة الفيديو، في 5 فبراير عام 2005، على يد ثلاثة من الأصدقاء عندما كانوا في حفلة وصوروا مقاطع فيديو وأرادوا أن ينشروها على مواقع التواصل لكي يتمكن زملائهم من مشاهدتها، ولم يتمكنوا من إرسالها عبر الايميل، لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة، من هنا بدأت الفكرة تتبلور حول تأسيس موقع لإنشاء مقاطع وأفلام الفيديو على الشبكة (أمين، 2009، ص: 521).

أسس هذا الموقع كل من (تشاد هيرلي) وهو شاب جامعي من مواليد 1977 كان يعمل في شركة PayPal وهو الذي قام بتأسيس شعارها، و(ستيفن تشين) وهو أيضاً شاب جامعي مولود في تايوان من مواليد 1978، وكذلك (جاود كريم) من مواليد 1979 والمولود في ألمانيا، ويُعتبر هذا الأخير صاحب جمعية شبابية أقامها لدعم الطلاب الجامعيين وذلك لدعمهم في مشاريعهم المميزة، وهو أيضاً صاحب أول فيديو بعنوان " أنا في حديقة الحيوان " تم رفعهُ على اليوتيوب، وكان لمدة 19 ثانية ويُظهر فيه كريم أمام فيل في حديقة الحيوان، ولكن الموقع لم ينطلق فعلياً إلا بعد أن تلقى تمويلاً كبيراً، وفي ديسمبر 2005 كانت إنطلاقته الفعلية، حيث أصبح تشاد هيرلي المسؤول التنفيذي الأول للشركة بينما أصبح ستيف تشين رئيس قسم التكنولوجيا في شركة يوتيوب، وتم تسجيل الموقع وخلال صيف 2006 حصل الموقع على 100

مليون مشاهدة يومياً، إضافة إلى 65 ألـف مقطـع فيـديو كـل سـاعة (اليوتيـوب عـلى www.crunchbase.com).

أولاً: أهم مميزات موقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب.

تميز موقع اليوتيوب بالعديد من المميزات وسوف نوجزها بما يلي:

- البحث عن مقطع الفيديو الذي يرغب الفرد بمشاهدته عن طريق اسم الفيديو أو اسم صاحب الفيديو.
- ربط الفيديو مع صفحات إنترنت أخرى.
- عرض أشرطة الفيديو ذات الصلة داخل التعليق.
- تضمين تشغيل اليوتيوب بشبكات أخرى.

أكـثر الجوانـب التـي كـان لموقـع اليوتيـوب تـأثير واضـح عليهـا هـي الجوانـب الاجتماعية والفنية والسياسية، حيث أصبح العديد ممن يبحثون عن الشـهرة يلجـأون إلى هذا الموقع، لأنه يُعتبر الوسيلة الإعلامية الأكثر شهرة من بـين الوسـائل التـي تُتـيح لأيٍّ كان الظهور وتعطيه المجـال للوصـول إلى الملايـين مـن النـاس، أمـا عـلى المسـتوى السياسي فقـد كـان لهـذا الموقـع حضـوراً واسـعاً، مـن خـلال إسـتخدامه في الحمـلات السياسية الانتخابية التي هدفها حشد الجماهير، وتبينَ هـذا واضـحاً في سـباق الترشـح للرئاسة في الولايات المتحدة الأمريكية، عندما استخدمه المتنافسون للتعريف بأنفسهم للشعب الأمريكي (Jarboe ،2009 ،p 9-10).

يعتمد موقع التواصل الاجتماعي يوتيـوب في قراءتـه لملفـات الفيـديو عـلى تقنيـة أدوبي فـلاش Adobe Flash، ووفـر هـذا الموقـع مـؤخراً إمكانيـة إضـافة ومشاهدة مقاطع فيديو عالية الجودة، وذلك لتوفير مشاهدة قريبة من المشاهد

التي تعرض في السينما، وفي عام 2006 أشترى عملاق الإنترنـت موقـع اليوتيـوب بمبلـغ 1,65 مليار دولار في ثاني أكبر صفحة لـ Gogol بعد صفقة السيطرة على – Double Click عام 2007، والتي أصـبحت فـيما بعـد Google Absence حيـث انتقلـت مـن الويب 1.0 إلى الويب 2.0 (Naim – 2007 – p,104).

الاتفاقيات التي تمت بين كوكل واليوتيوب لم تمنع من حـدوث مشـاكل في الـنشر، ولعل من أبرزها عندما قامت شركة فايكوم عام 2007 برفع دعـوى قضـائية ضـد كـل من كوكل ويوتيوب واتهمتهما بسرقـة وقرصـنة حقـوق الملكيـة التابعـة لهـا، وطلبـت الشركة المذكورة بتعويض قدره مليـار دولار عـن الأضرار التـي لحقـت بهـا، مـما دفـع موقع يوتيوب لحذف أكثر من 100,000 فيديو وذلك لمخالفتها قواعد حقـوق الملكيـة الفردية (أمين، 2009، ص: 520).

في أواخر عام 2006 إختارت المجلـة الأمريكيـة تـايم موقـع التواصـل الاجتماعـي يوتيوب ليفوز بجائزة شخصية العام، على خلاف ما كان متوقع، واحتـل غـلاف العـدد صورة جهاز كومبيوتر مع ورقة قصدير عاكسة تجعل من النـاظر إليهـا يـرى إنعكـاس صورته عليها، وأرفقت تلك الصورة بعنوان فرعي يقول " نعـم أنـت.. أنـت تـتحكم في عصر المعلومات فمرحبـاً بـك في عالمـك " لتعـبر عـن نمـو أعـداد مسـتخدمي الشـبكة العالمية وتأثيرهم الكبير في تشـكيل الـرأي العـام في عصر المعلومـات (حمـودة، 2013، ص: 76).

أعلن موقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب في عام 2007 خدمة جديـدة في غاية الأهمية، وذلـك لمكافحـة الأشـياء والمحتويـات التـي مـن شـأنها مخالفـة حقوق الملكية الفكرية، وهي خدمة اليوتيوب لتعريف الفيـديو (You Tube Video Identification)، والتي تُمكن مالكي المحتويات أو مقاطع الفيديو من

حفظ حقوقهم الفكرية عن طريق تحميل نسخة من أعمالهم على هذه الخدمة، لكشف مقاطع الفيديو المحملة والمشابهة للنسخة الأصلية لصاحبها، عندها يُمكن لمالك المحتوى الأصلي إما أن يَحذف الفيديو المخالف أو يسمح لموقع يوتيوب بالإبقاء عليه وإضافة دعاية وإعلانات عليه ليتقاسم العائدات مع الموقع (يوتيوب على Wikipedia).

دخل موقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب التاريخ من أوسع أبوابه، ووصل إلى حياة الملايين من الناس في جميع أنحاء العالم، من خلال استخداماته الواسعة والكثيرة، وتمت الإشارة إلى أن موقع اليوتيوب يدعم 600 لغة، ويدعم المحتوى المحلي لـــ43 دولة، ويتم كذلك تبادل 700 مقطع فيديو عبر تويتر كل دقيقة، وقد أشارت شركة Intel في إحصائية لها من العام 2012 أن هناك 30 ساعة فيديو ترفع في الدقيقة، وأن هناك 1.3 مليون مشاهدة فيديو في الدقيقة الواحدة، ويستقبل يوتيوب كل شهر ما يزيد عن مليار مستخدم، وان 80% من عدد زيارات اليوتيوب هي من خارج الولايات المتحدة الأمريكية (إحصائيات يوتيوب).

ثانياً: اليوتيوب كأحد مواقع التواصل الاجتماعي بوصفه أدوات جاذبة.

هناك الكثير من الأسباب والأمور جعلت من اليوتيوب كأحد مواقع التواصل الاجتماعي أدوات ناجحة وجاذبة لمستخدمي الإنترنت، وسنحاول حصر هذه الأسباب فيما يلي:

1.سهولة الوصول إلى هذه المواقع: حيث إن هذه المواقع متاحة للجميع، وتُعتبر أن صح القول مجانية الرسوم أو ذات رسوم قليلة جداً، وأصبحت خدمات هذه المواقع جزءً من الإعلامالاجتماعي لذا لا نحتاج في التعامل معها إلا القليل من الجهد للوصول إليها.

2.كسر الحواجز: إستطاعت مواقع التواصل الاجتماعي من القضاء على الحواجز التي كانت تعيق إرسال الرسائل أو مقاطع الفيديو، بالرغم من تلك الرسائل أو مقاطع الفيديو الموجودة على اليوتيوب أكانت لحملة سياسية أو دعائية أو طوارئ.

3.إتاحة خيار التضمين: موقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب تسمح بتضمين أي مقطع فيديو في أي مكان، أو باقي المواقع كالفيس بوك وتويتر.

4.الإقناع: تعتبر وسيلة إقناع الشباب من أهم مميزات مواقع التواصل الاجتماعي، لأنها تتيح فرصة مشاركة الأفكار، وإعطاء المشورة والنصائح بين المستخدمين، بطريقة تغلبت على الحدود الجغرافية وتفادت رقابة الأجهزة الأمنية.

5.تشارك المعلومات المحدثة بصورة فورية: تُبقي مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمين على إطلاع بما يدور من تحديثات على الموقع، وبث مباشر للفيديو ولحظة تحميل الصورة أول بأول.

6.أدوات تقوية وتمكين للمجتمع: تجسدت هذه الأداة مؤخراً بما حدث في الوطن العربي، فبعد الاستبعاد السياسي الطويل، وجد شباب المجتمع في وسائل الاتصال الحديثة متنفساً لإيصال أصواتهم إلى جميع أنحاء العالم، واعتبرت هذه المواقع وسيلة سريعة ليتمكن من خلالها المشاركون في إحداث التغيير.

7.الوسائط المتعددة: وذلك من خلال الصور الفوتوغرافية، والفيديو، والموسيقى، والصوت والعروض التقديمية (الرعود، 2012، ص: 47 – 48).

لذا تبين إن مواقع التواصل الاجتماعي ومنها اليوتيوب ذات تأثير قوي وعالي الفاعلية، لم يتصوره المحللون وخبراء الإعلام والاتصال، بل نجد إن هذه المواقع تفوقت على العديد من الفضائيات في النقل المباشر للأحداث والوقائع،

فقد بثت هذه المواقع أخباراً بلحظتها متضمنةً صوراً ومقاطع فيديو إلتقطها شباب من أبناء الجيل الألكتروني الجديد في سباق إعلامي مع القنوات الفضائية، وإن مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك - اليوتيوب - تويتر) باتت وسائل إتصال تستخدم في شتى أنحاء العالم، واستطاعت أن تزيد من مهارات التواصل عبر الانترنت، وتعزز تواجد قطاع عريض من الناس في محادثات وتجمعات ألكترونية، واستطاعت هذه الشبكات استقطاب أعداد كبيرة من البشر بكافة الأعمار والتوجُهات والاتجاهات والسياسات، إيذاناً بإنطلاقة مرحلة جديدة من التواصل عبر الإعلام الجديد (عابد، 2012، ص: 95 - 96).

لذا: إن مواقع التواصل الاجتماعي تغلبت على الفوارق الاجتماعية، وقد قلصت هذه المواقع فجوة الاتصالات وقربت بين البعيد والقريب، وربطت الناس مع بعضهم البعض بالرغم من اختلاف الجنس والعمر والعرق، ومع وجود هذه المواقع ومنها اليوتيوب انعدمت الحواجز بين السلطة السياسية والجمهور وبات من السهل على المواطنين المشاركة وإسماع أصواتهم إلى من يريدون متى يرغبون بذلك عن طريق هذه المواقع، لكن بالطرق السلمية والقانونية وليس عن طريق التجريح والسب والشتم.

المطلب الثالث: موقع التواصل الاجتماعي تويتر" Twitter ".

تقوم الفكرة الأساسية موقع التواصل الاجتماعي تويتر على السماح لمستخدميه بإرسال وقراءة رسائل قصيرة تسمى " تويت " وتعني تغريده وتتكون هذه الرسالة من 140 حرف كحد أقصى ويُوفر التعامل بعدة لغات منها الانكليزية واليابانية وذلك لزيادة عدد المستخدمين، ونجد إن هذا الموقع تغلغلت في الحياة اليومية للشعوب، وأصبح هناك إهتمام كبير بآثاره

الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في حياة النـاس، وإسـتطاع تـويتر بإنتشـاره السريـع وخدماته السهلة والسريعة من أن يُضعف نظرية مقـص الرقيـب، ويخـرج مـن حالـة المضايقة التي فرضـتها بعـض الحكومـات عـلى الانترنـت (الأنصـاري، 2013، ص: 26 – 27).

أسس موقع التواصل الاجتماعي تويتر" **Twitter** " في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية من العام 2006، وجاء التأسيس على يد كل من (جـاك درزي Jack Dorsey) و(بيز ستون Biz stone)، و (إيفان ويليامز Evan Williams)، وفي البدايـة لاقى نجاحاً محدوداً ثم بدأ بالتطور وبسرعة محققاً نجاحاً كبيراً بين المستخدمين، وقـد وفَرَ تويتر لمستخدميه خدمة إرسال الرسائل عبر الهاتف النقال، وكذلك رسـائل فوريـة أو رسائل عبر الموقع، وتأتي هـذه الرسـائل رداً عـلى سـؤال مبـاشر، وأتـاحَ هـذا الموقـع لمستخدميه تبادل الحالة المزاجية بسهولة، ويكون بين مجموعـة كبـيرة مـن الأصـدقاء (الرعود، 2012، ص: 45 – 46).

ويُمكن إرسال التحديثات عبر شبكة التواصل الاجتماعي تويتر وفـق ثـلاث طـرق هي:

أ. عبر نموذج الويب: من خلال الموقع أو بعض التطبيقات التي تسمح بذلك.

ب. عبر الرسائل القصيرة: وذلك عن طريق إرسال رسائل SMS من الهاتف النقال للحساب الشخصي على الموقع.

ج. عبر الرسائل الفورية: من خلال برامج الرسائل الفورية.

وأنفتح الموقع على مميزات كثيرة فمثلاً كبريد كوكـل الألكـتروني **Gmail**، وأطلق تويتر مؤخراً موقع Explore المخصصة للتطبيقات الخارجيـة، وكـذلك

أداة جديدة تسمى Twitter Blocks، والتي تقدم مخطط ثلاثي الأبعاد للمستخدم وأفراد شبكته (Daiz-Ortiz-Claire,2011).

أتاح موقع التواصل الاجتماعي تويتر إمكانية الحصول على صفحة خاصة على شكل Twitter.com/username، وإن هذا الأمر يسهل كثيراً في إيجاد الصفحة والوصول إليها، ويكون التسجيل في هذا الموقع مجاني، ويُمكن الانطلاق من الصفحة الرئيسية إلى إنشاء حساب أو ملف تعريفي Profile وكذلك التحكم في إعداداته (مُجَمع الأخبار التقنية).

أولاً: الأستخدامات الأساسية لــتويتر.

يستخدم موقع التواصل الاجتماعي تويتر لأحد الأغراض التالية:

أ.الحديث عن الحياة الخاصة: موقع التواصل الاجتماعي تويتر إنطلق في الأصل لتحقيق هذه الغاية حيث نجد إن نسبة كبيرة مما يُنشر عبر هذا الموقع هي عبارة عن يوميات للمُستخدمات بكل تفاصيلها، فالكثير يستخدمون هذا الموقع كمذكرات يومية.

ب.التواصل مع الآخرين: وذلك عن طريق استخدام هذا الموقع كخدمة لإرسال الرسائل بين الأعضاء تحت أنظار الجميع ودون سرية.

ج.إرسال رسائل قصيرة SMS مجانية: يلجأ البعض إلى هذا الموقع لإرسال الرسائل القصيرة إلى أصدقائهم، وذلك عن طريق تشغيل خدمة الإخطار الآلي، وذلك بمجرد ما يرسل أحد المستخدمين رسالة للموقع يحولها هذا الموقع إلى الهاتف المحمول للشخص المعني بالرسالة مجاناً، غير إن هذه الخدمة غير متاحة حاليا إلا لبعض الدول.

د.المتابعة المباشرة للمتلقيات والأحداث المختلفة: مع تطور التدوين والانتشار الواسع لشبكات الواي فاي Wi-Fi، أصبح الكثير يستغلون الشبكة لتغطية المتلقيات والمعارض وبعض الأحداث الأخرى، وذلك عن طريق التدوين المصغر وخاصة الأخبار والمعلومات التي لا تحتاج لكثير من التفاصيل.

هـ.إستخدامه كملحق للمدونات: يستخدم تويتر كإضافة على المدونات الشخصية في حالة إستخدام تطبيقات مضافة، وذلك لكتابة مواضيع سريعة أو أخبار عاجلة (حمودة، 2013، ص: 80 – 81).

ثانياً: موقع التواصل الاجتماعيTwitter بلغة الأرقام.

هذه الإحصائيات التي سوف نوردها في هذا الموضوع هي حتى تاريخ 2013/5/8مأخوذة من الموقع العالمي Statisticbrain.com/2013

أ. بلغ عدد مستخدمي تويتر في العالم 554,750,000 مستخدم.

ب. نسبة من يستخدمون أجهزتهم النقالة لاستخدام موقع تويتر هو 43% من المستخدمين

ج. متوسط التغريدات على الموقع هي 58 مليون تغريده (منتصر وحلاسة، 2013، ص: 25).

وهنا بعض الحقائق تتعلق بموقع التواصل الاجتماعيTwitter:

أ. يعتبر موقع التواصل الاجتماعي تويتر الاول عالمياً للتدوين المصغر microblogging.

ب. يتميز موقع التواصل الاجتماعي تويتر بإستخدامه لخدمات الرسائل النصية القصيرة، على الهواتف النقالة بطريقة سهلة ومنتشرة بدرجة كبيرة.

ج. يتكيف موقع التواصل الاجتماعي تويتر بشكل كبير مع تطبيقات الهواتف الذكية ويستفاد من قدرته في الانتشار والتواصل (الحلاق، 2012، ص: 30).

د. تويتر... إنتصار الدردشة العالمية جاء هذا العنوان في مقال في صحيفة لوفيغارو الفرنسية، ليُعبر هذا العنوان فعلاً عن الثورة التي أحدثها تويتر ليس على الشبكة العنكبوتية فحسب بل على المشهد الإعلامي ككل، فهذه الشبكة جاءت لتكرس أسس ومعايير جديدة ومتطورة في تبادل المعلومات على الموقع، لان هذا الموقع تميز بالسرعة والحركة والتفاعل، والمستخدم عادةً لا يقرأ الرسائل الطويلة لذلك نجد الخبراء ينصحون بأن لا تتجاوز المقالات والأخبار على الويب 300 كلمة، حتى يقرأها المستخدمون الذين يشكل الشباب نسبة كبيرة منهم، وقد أثبت تويتر بأنه الأفضل في سرعة نشر الأخبار والأحداث ساعة وقوعها ومن موقع الحدث، ومن المحطات التي ساهمت في إنتشار تويتر والتعريف به، الانتخابات الرئاسية الأمريكية حيث إستعمله فريق المرشح الديمقراطي " باراك أوباما " لبث رسائله في الانتخابات الأمريكية في عام 2012 (حمودة، 2013، ص: 83 – 84).

ثالثاً: تويتر كأحد مواقع التواصل الاجتماعي ومصدر للمعلومات السياسية للشباب.

شهد العالم الذي نعيشه اليوم العديد من القنوات الإعلامية، مما أدى إلى إعادة تعريف وسائل الإعلام وضعف سيطرة الحكومات عليها في الكثير من الأحيان، وأتاحت هذه الوسائل للفرد حرية الرأي والتفكير ومكنته كذلك من الحصول على قواعد المعلومات العالمية والمتشابكة وبالطريقة التي يريدها، ومع بروز مواقع التواصل الاجتماعي في السنوات القليلة الماضية ومنها التوتير،

أصبح لدى الفرد إمكانية تجاوز الزمان وحدود المكان بسهولة كبيرة، ويختـار صـدقاته الفكرية ومعلوماته من بين الملايين من البشر وبمختلف اللغات، وهذا قـد يغنيـه عـن قراءة جريدة أو الاستماع إلى إذاعة أو حتى مشاهدة نشرة أخبـار، لـذا نجـد إن هـذه المواقع قد صُممت لأغراض مُحددة في الذهن إبتداءً مـن مكافحـة الفقـر ووصـولاً إلى الجمع بين الداعمين لحملة سياسية، وكذلك لتنظيم المظاهرات (التواتي، 2011)

كانت الشهرة الأكبر لموقع التواصل الاجتماعي التـوتير هـو إسـتخدامُها مـن قبـل سياسيين كبار في العالم، إذ إستخدمها الرئيس الأمريكي أوباما بقوة في حملته الانتخابية الأخيرة 2012، وإختار العديد مـن السياسـيين والمعارضـة وقـادة الـرأي هـذه المواقـع للتعبير عن آرائهم ومواقفهم، ولـنشر هـذه الآراء والمواقـف في أوسـاط الجمهـور عـلى مستوى العالم ولكسب المؤيدين والأنصار، وعُدت هـذه المواقـع عـاملاً أساسـياً ومهـماً فيما حقق من إنتصارات في الاحتجاجـات التـي حصـلت في العـالم العـربي مـؤخراً، ولم يقتصر توظيف مواقع التواصل الاجتماعي على الانتخابات فحسب، بـل إن العمليـات السياسية ودور وسائل الإعلام فيهـا أكـبر مـن تلـك الوظـائف وأشـمل، لـذا فـإن الأثـر السياسي للاتصال باستخدام وسائل الإعلام يظهر واضحاً من خلال تأثير هـذه الوسـائل على المستوى الفردي لا سيما ما يتصل بالقيم والسلوك والإقناع والتعبئة، ويظهـر عـلى المستوى الجماعي من حيث درجة التكامل أو التفكك الاجتماعي والقابليـة للتصـديق بمواقع التواصل (ساري، 2005، ص: 40 – 41).

وهذه المواقع بوصفها مصدر للمعلومات السياسية للشباب لأن لهـا القـدرة على استقطابهم وجذبهم لهـا، وإسـتخدامهم لهـا بشـكل واسـع نظـراً لطبيعتهـا التفاعلية وما توفره هذه المواقع من مزايا إنشاء وتبادل محتوى إعلامي، وبشكل عام يستخدم الشباب هذه المواقع للحصول على معلومات سياسية، وتشير

بعض الدراسات إلى إن 95% من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الحصول على معلومات سياسية هم شباب تقل أعمارهم عن الثلاثين عاماً، وقد تزايد استهلاك المعلومات السياسية والأخبار المرتبطة بالحملات الانتخابية على الانترنت بشكل ملحوظ خلال العقد الماضي، وخاصة بين الفئات العمرية التي تتراوح بين 18 إلى 25 عام، وهذه الفئة تشتمل على أعلى نسبة صفحات شخصية 83% على هذه المواقع، كما استخدم 74% من هؤلاء الشباب صفحاتهم الشخصية لأغراض سياسية أثناء الانتخابات (ضيا، 2013، ص: 44 – 45).

لذا نجد: إن تويتر هو احد مواقع التواصل الاجتماعي، التي انتشرت في السنوات الأخيرة وحققت حضوراً كبيراً، ولعبت دوراً في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة في الشرق الأوسط، لأن إستخدامات تكنولوجيا الإتصال عادةً ما تتخذ شكل موجات متلاحقة، وهي تكون قوية في بدايتها وقد تصبح أقل قوة نتيجة الإعتياد، أو نتيجة ظهور تقنيات جديدة تضعفها أو تقلل من إستخداماتها، لكن يجب الإشارة إلى إن ظهور تقنيات جديدة قد لا يلغي القديم، بل على العكس، فان الإتجاه الغالب الآن نتيجة التكنولوجيا الرقمية هو إندماج التقنيات والوسائل، أي إن الوسائل والتقنيات القائمة غالبا ما تستفيد من أية تطورات جديدة، ومن أهم هذه التطورات هو التواصل مع المتلقين في كل أنحاء العالم من خلال الإنترنت.

المطلب الرابع: مواقع التواصل الاجتماعي في الوطن العربي.

إن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي في توقيتات متزامنة وإزديادها مع دخول الألفية الثالثة يُعتبر حدثاً تاريخياً في مجال الإعلام، إذ نقلهُ إلى آفاق كبيرة

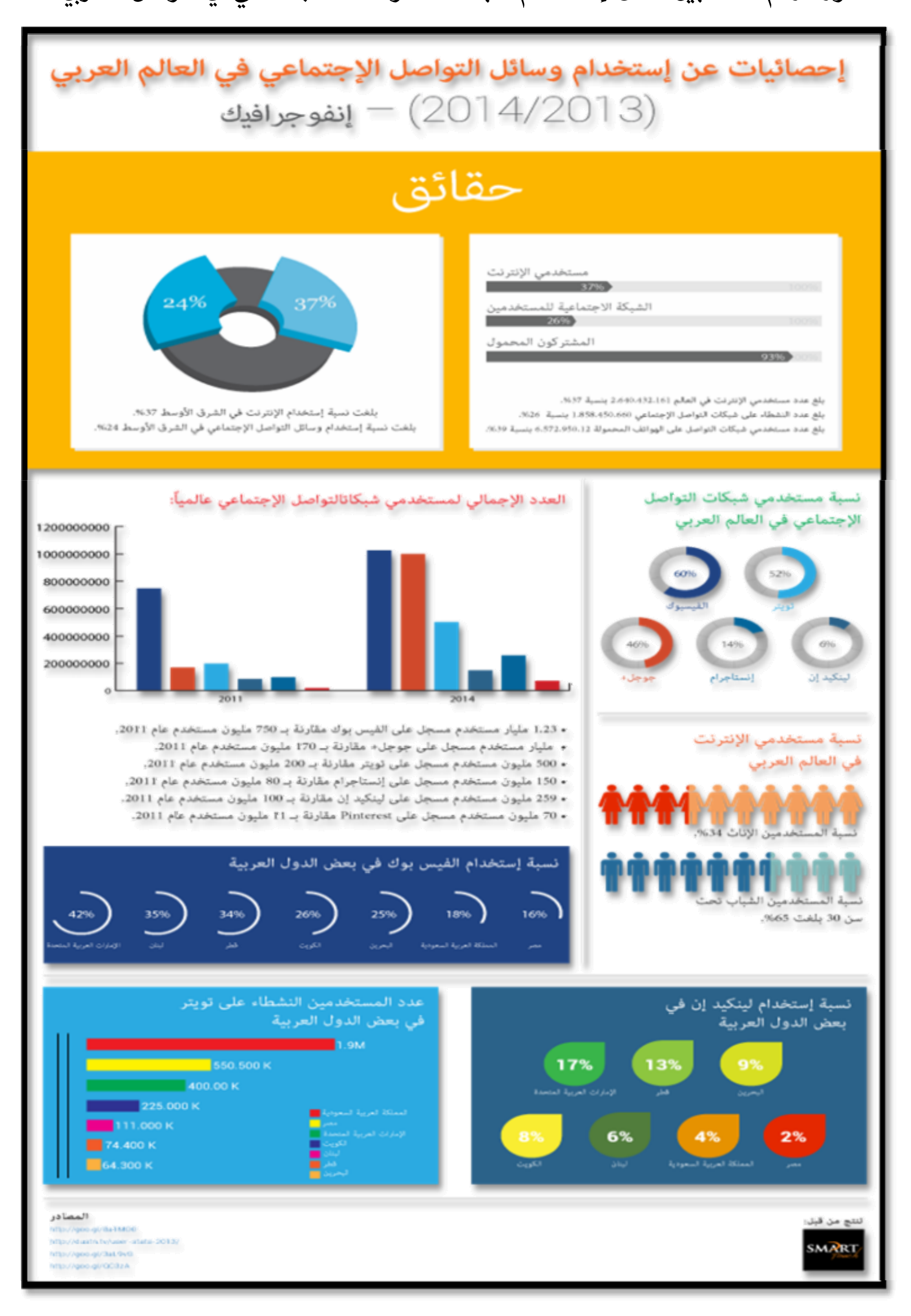
وغير مسبوقة، وأعطت هذه المواقع لمشتركيها فرصاً كبيرة للتأثير والإنتقال عبر الحدود و بلا قيود ورقابة إلا بشكل نسبي محدود، كما إن ظهور هذه المواقع في الوطن العربي قد أوجد قنوات مباشرة للتبادل الحي والفوري لدى جماهيرها، وأعطت هذه المواقع إمكانية التغيير من جوهر النظريات الإتصالية المعروفة، ومنع إحتكار صناعة الرسالة الإعلامية، وذلك من خلال نقلها الى مدى أوسع وأكثر شمولية، وأصبحت هذه المواقع ذات قدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها خبراء الإعلام الإتصالي في الوطن العربي.

ساهمت التحولات الاجتماعية والسياسية التي عصفت بالمنطقة العربية، إلى تمكين شريحة عريضة من الشباب العربي من المُشاركة في القوى السياسية المطالبة بالتغيير، وقد لعبت هذه التحولات دوراً قيادياً ورئيسياً في تلك التغيرات التاريخية السريعة التي إجتاحت المنطقة، وواصل إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الوطن العربي بالأزدياد، فبعد أن كانت مجرد أداة للتواصل والتسلية، نجحت هذه المواقع في إختراق الحياة اليومية لملايين العرب، وأثرت على طريقة تفاعُلِهم إجتماعياً، وتطور إستخدام هذه المواقع ليشمل المشاركة السياسية، والمشاركة الشعبية، والتغيير الاجتماعي، ومع إزدياد أعداد المستخدمين لهذه المواقع في المنطقة العربية وتشكيلِهم لكتل حدية نشطة، بدأت الحكومات أيضاً في الإستِفادة من الإعلام من أجل تطوير نماذج أكثر شفافية وتشاركية ويُمكن أن تُستخدم هذه المواقع كقوى إقناع لتشكيل الرأي العام وصياغته، فمِن جِهة إن هذه المواقع تؤثر تدريجياً وتعمل على تعديل الإتجاهات، ومن جِهةً أخرى تعمل على تغييرها إذا تطَلَبَ الأمر ذلك من خلال كسب هذه المواقع لثقة الجماهير (أبو زيد، 2012، ص: 62 – 63).

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر إستخداماً في الوطن العربي.

لقد شهدت المنطقة العربية في الآونة الأخيرة زيادة كبيرة في عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، والتطورات السياسية التي شهدها العالم العربي وما زال يشهدها أثرت كثيراً على أعداد وإتجاهات وسائل الإعلامالاجتماعي وبالأخص في السنوات الخمس الماضية، والتي شهدت حدوث تغيُرات كبيرة سُميت بعدة تسميات منها (ثورات الربيع العربي، الإحتجاجات، الإنقلاب على الشرعية، الثورات الناعمة، ثورة الفيس بوك)، وقد بينت هذه الأحداث نمو وسائل الإعلامالاجتماعية في الأعوام 2013 – 2014 وتفوق الفيس بوك بأكثر من مليار مستخدم نشط في جميع أنحاء العالم وتبِعهُ كوكل وتويتر، وهناك العديد من الدراسات أجريت في هذا المجال تُظهر زيادة في إستخدام وسائل الإعلامالاجتماعية بين المستخدمين العرب، والصورة رقم (2) تبين مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الوطن العربي مع بعض الإحصاءات والأرقام والنِسب المئوية لإستخدام هذهالمواقع في البلدان العربية:

صورة رقم (2) تبين مدى إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الوطن العربي.



وباتت هذه المواقع اليوم أكثر من مجرد آداة للتواصل، بل إمتدت لتصبح قوة مؤثرة في مختلف شؤون الحياة اليومية، وأصبحت محركاً للأحداث السياسية والاقتصادية على المستوى العالمي، وفي هذا المجال أصدرت شركة "ديجيتال ميديا ساينس DMS" المتخصصة في مجال أبحاث الرأي العام على الانترنت والإعلام الرقمي في منطقة الشرق الأوسط، تقريرها السنوي لعام 2014 الذي كشفت فيه عن نتائج وإحصائيات جديدة في توجهات مُستخدمي الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية.

وجاء في هذا التقرير حول الـــــ :



- إن 42% من سكان الشرق الأوسط يتصفحون الأنترنت، كما أحتلت مواقع التواصل الاجتماعي المراتب الاولى بين المواقع الأكثر إستخداماً على الأنترنت، حيث أن أكثر من 88% من مستخدمي الأنترنت يعتمدون على مواقع التواصل يومياً.
- تويتر يضم 6,5 مليون حساب في الشرق الاوسط.
- أما يوتيوب فإنه حقق 258 مليون مشاهدة في المنطقة العربية، وشملت هذه المشاهدات 64% للمحتوى الترفيهي.
- أما ما يتعلق بالفيس بوك فقد نال الحصة الأكبر من هذه الاستخدامات فقد وصلت الى 94% وبتحليل بيانات مستخدمي هذه المواقع ديمغرافياً أكد التقرير إن 65% من مستخدمي هذه المواقع هُم من الرجال، وإن 36% من المستخدمين ممن تتراوح أعمارهِم ما بين 18- 25 سنة، ولا زالت اللغة العربية تُسيطر على التدوينات القادمة من الشرق الأوسط حتى وصلت الى 73% (إيمان مصطفى، 2015، على: www.akbarak.net).

وجاء في تقرير آخر حمِل عنوان " وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي" الذي يصدر عن كلية دبي للإدارة الحكومية بأن مُستخدمي المواقع الثلاثة التي ذكرت، زادت أعدادهم بدرجات كبيرة:

- فعلى المستوى العربي بشكل عام بلغت نسبة الاستخدام اليومي لتويتر 39%.
- أما اليوتيوب التابع لشركة كوكل العالمية فقد شهِد استخداماً متزايداً بين مستخدمي الإنترنت في العالم العربي، ووصل الى 66 % من اجمالي مستخدمي هذا الموقع يستعملونها بشكل يومي.
- أما الفيس بوك فقد أكد التقرير أن الغالبية العظمى في العالم العربي يستعملونه بشكل يومي وبنسبة تصل الى 89 % من اجمالي مستخدميه، وأشار التقرير الى إن أعلى معدلات الإستخدام اليومي لهذا الموقع سُجل في فلسطين بنسبة 99 %، والعراق بنفس النسبة 99 %، ومن ثم جاءت بعد ذلك كل من الأردن والجزائر والإمارات بنسب متشابهة بلغت 93% (إبراهيم المبيضين، 2015، على www.alghad.com).

ثانياً: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في ثورات الربيع العربي.

شهِد الوطن العربي خلال السنوات الخَمس الأخيرة إنطلاقة غير مسبوقة في إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ذلك بسبب إتجاه المجتمع العربي إلى الإعلامالاجتماعي التفاعلي بقوة، وجمعت هذه المواقع المُستخدمين تحت قُبة إفتراضية تنوعت إستخداماتها، حيث أتاحت التفاعُل من وفي أي مكان، ومُشاركة الأخبار، والصور، ومقاطع الفيديو، والإعلان عن الحالات الصحية والاجتماعية والتسلية والترفيه، مما أدى إلى إفراز العديد من المواهب الشبابية ذات القدرات العالية على التعبير عن الآراء والأفكار التي يحملونها، كما

وأصبحت هذه المواهب والبرامج الشبابية اليوم ذات شهرة كبيرة على مستوى الـوطن العربي (النوري، 2014، ص: 32 – 33).

جاءت الثورات العربية بالفعل لتُعبِر عن نوع من الإنقِطاع بين الأجيـال والنُخـب التقليدية القديمة، فقد عجزت هذه النخب القديمة عن رصد التحولات وثقافة الأجيال الجديدة، وقد عَرفت هذه الأجيال تنشئة سياسية لم تَعرفهـا النُخـب التقليديـة، وكـان كُل ذلك في ظِل مـا أتاحتـهُ وسـائل التواصـل التكنولوجيـة الحديثـة (مواقـع التواصـل الاجتماعي) وعلى وجه الخصوص الفـيس بـوك وتـويتر واليوتيـوب، وقـد لعبـت هـذه المواقع دوراً فاعلاً في تعبئة الرأي العام تجاه القضايا التي تهُم المجتمع وأضحت هـذه المواقع الآن مجالاً واسعاً للأحتجاجات وخـير دليـل عـلى ذلـك مـا حـدث في السـنوات الأخيرة في الدول العربية من ثورات أو إحتجاجات كما سميت من قبل البعض بثورات الياسمين أو ثورات الربيع العربي (غزال، وشعوري، 2014،ص: 19 – 20).

وبعد أن أتت هذه المواقع أعتبرت أداة لتغيير الواقع، ومن بين أهم هذه المواقـع وعلى وجه الخصوص هو الفيس بوك، مما شكل هذا تحـدياً للمشـككين بأهميـة تلـك المجتمعات، وبهذا لعبت مواقع التواصل الاجتماعيدوراً في تصحيح الصورة المنقولة عن شريحة الشباب في الوطن العربي بأنه غير ناضج، ويستعمل هذه المواقع لغرض الترفيه والتسلية، فقد تبـين ذلـك واضـحاً مـا حـدث في تـونس ومصر وبعـض الـدول العربيـة (السواعير، 2014، ص: 11).

أطلق على الأحداث التي جرت في تونس تسمية (ثورة الياسمين) ذلـك لأنها كانت ثورة ناعمة ومرحب فيها في المجتمـع، وكانـت بـدون سـلاح، هـذه الثورة التي أشعل شرارتهـا إقـدام الشـاب (محمـد البـوعزيزي) بـائع الخُضـار، والذي كان يحمل شهادة جامعية وعاطل عن العمل على حرق نفسه إحتجاجاً

على مصادرة الشرطة لعربته التي كانت مصدر رزق له ولعائلته، هذه الحادثة دفعت الشباب التونسيين إلى النزول إلى الشوارع مُتحدين قمع السُلطة، وهم بذلك مُستخدمين الفيس بوك سلاحاً فعالاً في تجمُعاتهم وإحتجاجاتهم السلمية، وأوصلوا أصواتهم إلى العالم أجمع بالكلمة والصوت والصورة من خلال النشر وإرفاقها في بعض الأحيان بمقاطع فيديو، فحصلوا بذلك على التعاطف العالمي وإنحياز كل مدافع عن الحُرية إليهم (السواعير، 2014، ص: 37 – 38).

إستفاد الشباب في تونس من المعلومات والوثائق التي سربها موقع (ويكيليكس) الألكتروني عن رسالة لسفير الولايات المتحدة الأمريكية في تونس، والتي تكلم فيها عن الثورة الهائلة التي يمتلكُها الرئيس التونسي (زين العابدين بن علي وزوجته)، فكانت تلك الرسالة حدث مهم ومادة دسِمة تناقلها المُحتجون ونشروها على مواقعهم في (الفيس بوك، وتويتر، واليوتيوب، والماسنجر) وغيرها من المواقع الاجتماعية الأخرى، الأمر الذي أدى إلى إقبال كبير وملفت وغير مسبوق من الشباب على هذه المواقع، فحفزتهم هذه المعلومات وأعطتهم دافع كبير للتظاهر والاحتجاج، بالإضافة إلى الوضع المتردي وإستشراء الفساد، كل هذا جعل من الجماهير مُهيأة للانطلاق في أول إشارة تظهر على مواقع التواصل الاجتماعي (عامر، 2011، ص: 187 – 188).

ساد الرأي العام العالمي والعربي هاجس بأن هناك تغيراً ما سوف يحدث في مصر، وذلك بسبب الأوضاع المعيشية والسياسية الصعبة، وتفكُك العلاقات والروابط الاجتماعية وسيطرت الحزب الحاكم (الحزب الوطني) على مقاليد الحُكم في مصر، كُل هذه الأسباب دفعت الشباب إلى الإستفادة من خبراتهم ومهاراتِهم التقنية، فأسسوا لهُم مواقع خاصة على شبكات التواصل

الاجتماعي، مثل موقع (شباب 6 أبريل)، وموقـع (كلنـا خالـد سـعيد) تخليـداً لـذكرى الشاب المصري الذ قتلته قوات الأمن المصرية خلال الاحتجاجات الأولى، كـل هـذا أدى إلى خروج النـاس والمتظـاهرين إلى ميـادين الاعتصـام وسـاحات التحريـر، فكـان يـوم الحادي عشر من شباط 2011 يوم للنصر وتنحي رأس النظـام عـن الحُكُم، لـذا يُمكـن التأكيد على إن هذه المواقع(الفيس بوك، تويتر، اليوتيـوب) التـي رافقـت الانتفاضـات والاحتجاجات إنها إستطاعت من خـلال شريحـة الشـباب في تغطيـة شـاملة ومبـاشرة للاحتجاجات وسخونة الأحداث (السواعير، 2014، ص: 39 – 40).

لذا:إن الثورات التي حدثت في الوطن العربي في نهايـة العـام 2010 ومطلـع عـام 2011 والتي سُميت برياح التغيير أو الربيـع العـربي، قـد أبـرزت الـدور الكبـير لمواقـع التواصل الاجتماعي في تعديها وتجاوزها لحدود التواصل الشخصي أو الفردي، وكسـب الأصدقاء من مختلف بلدان العالم بالإضافة إلى زملاء الدراسة والعمـل، فقـد أصـبحت هذه المواقع اليوم وسيلة مُحفزة وداعِمة إلى كـل مـن يريـد أو يطمـح بتغيـير الواقـع السياسي والاقتصادي السيء الذي نعيش في ظلهِ لكن بالطرق السلمية.

ونجدأيضاً: أنه قدآن الأوان لكي يقول الإعلام الجديد كلمتـه ، ولـن تكـون هناك مبالغة إذا قلنا بأن الإعلام الصحيح والنزيه بات اليـوم سـلطة أولى وأداة لتغيـير المجتمعـات، ويكفـي إنـه أسـقط حـاجز الخـوف بـين الشـعوب تجـاه الأنظمة وأصبحت الرقابة خارج السيطرة، واصبح ينادي بكافة حقوق الانسـان السياسـية والاقتصـادية والاجتماعيـة وكـل الحقـوق التـي تُمكنـه مـن العـيش كإنسان، كما وأصبح اليوم منبراً للدفاع عن قضايا الأمـة الكُـبرى ونشر المطالـب ورفع التظلمات وأصبح مساهماً فعلياً في التثقيف ونشر العِلم والمعرفة. ويُمكن القول في ظل ما تشهده المنطقة من حراكات وتحولات في المشهد العربي، هناك

عدة تساؤلات تطرح نفسها على الساحة السياسية في الوطن العربي حول ما يُسمى بربيع التغيير أو الربيع العربي منها:

1. في ما إذا كان هذا الربيع كما يُسمونه إن صحت تسميتهُ على إنه ربيع، مُقدمة للفوضى الخلاقة التي تبنتها الإدارة الأمريكية، وكان الغرض منها هو إسقاط أو عزل الأنظمة السياسية الغير موالية لها، وبالرغم من إن السياسة الخارجية الأمريكية يوجد فيها تخبط، لكنها ثابتة بإتجاه الشرق الأوسط مهمتها افتعال الأزمات وإدارتها، وتعتبر ثورات الربيع العربي احدى الأزمات التي افتعلتها الخارجية الأمريكية عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.
2. أو إن الربيع العربي هو صنيعة مواقع التواصل الاجتماعي ضمن مخططات أمريكية، تهدف إلى إعادة رسم الخريطة الجيوسياسية للمنطقة العربية ضمن ما يُسمى بخارطة الشرق الاوسط الجديد.
3. أو إن هذا الربيع كان ردة فعل منطقية لشعوب عاشت حالة من الاضطهاد والتهميش والاحتقان والجوع والفقر لعدة سنوات قد خلت.

الفصل الثالث

مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية.

يتضمن هذا الفصل وصفاً للطريقة والإجراءات في تحديد مُجتمع الدراسة وعينتها،كذلك المنهجية المُستخدمة التي إتبعها الكاتب، للكشف عن دور مواقع التواصل على التوجهات السياسية، كما يُبين هذا الفصل كيفية إعداد أداة الدراسة وطرق جمع البيانات، إضافة إلى خطوات التحقق من صدق الأداة وثباتها، والطرق الإحصائية المتبعة في تحليل البيانات.

- **المنهجية:**

هذه من الدراسات الاحصائية التحليلية، لذا سيقوم الكاتب بإستخدام المنهج الاحصائي التحليلي، لأنها تهدف إلى تحليل ظاهرة معينة، كذلك هدفت للكشف عن تقديرات أفراد العينة الخاصة بالدراسة، أما الجانب التحليلي فقد هدف إلى تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال أداة الدراسة (الإستبانة).

- **العينة:** جرى اختيارالعينة على مرحلتين: **الأولى /** كانت قصدية نظراً لصعوبة إجراء الدراسة على كافة المجتمع، أو حتى على عينة عشوائية منها، بسبب صعوبة التنقل، والتي أصبحت من أهم العراقيل التي تقف أمام الباحثين اليوم.

الثانية / قام الكاتب بإختيار عينة عشوائية من (400) شخص، والعينة العشوائية تمتاز بأنها تتيح الفرصة أمام كافة أفراد مجتمع الدراسة، وهي بذلك تكون نتائجها صالحة للتعميم، والاستبانات التي أخضعت للتحليل الاحصائي كانت (397) استبانة فقط، والاستبانات التي لم تُحسب لأنها لم تعاد.

- **مصادر جمع المعلومات:**

أ. مصادر أولية: تمثلت هذه المصادر باستخدامالاستبانة كأداة لقياس دور مواقع التواصل الاجتماعي على التوجهات السياسية

بـ. مصادر ثانوية: تمثلت بالأدب النظري من (دراسات سابقة، وكتب، ورسائل جامعية، ودوريات) والمتعلقة بمحاور الدراسة، وأجرى الكاتب لهذا الغرض بعض الاستشارات مع الاستاذة المختصين في هذا المجال.

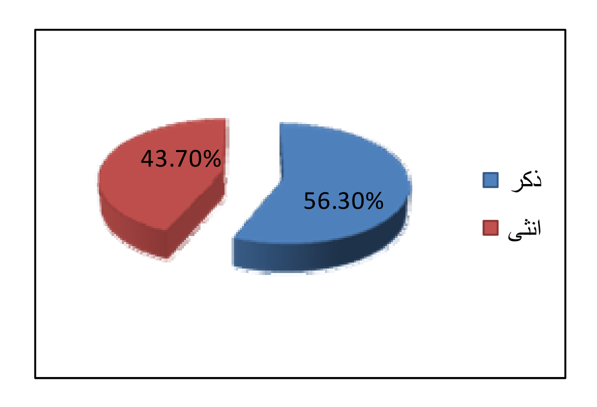
- **الأداة:**

استنادا إلى طبيعة الموضوع ومشكلته البحثية التي نسعى للإجابة على تساؤلاتها والاهداف التي نتوخى تحقيقها والفروض التي ننوي اختبارها، من أجل الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي على التوجهات السياسية، من وجهة نظر أفراد العينة، تم وضع إستبانة **(أولية)** قائمة بالفقرات المرتبطة بقياس تصورات أفراد عينة الدراسة، ومن ثَمَ صياغتها على شكل معلومات ديمغرافية للأفراد المبحوثين، وست محاور (تكونت من 65 فقرة) موزعة كما يلي:

البعد الاول: المعلومات الديمغرافية للأفراد المبحوثين، تكونت من المتغيرات التالية:

1. الجنس: حيث بلغ عدد الذكور (220) طالب، وعدد الاناث (177) طالبة، ويظهر الشكل (1) النسب المئوية لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجنس، كما يظهر الجدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة بالنسبة للجنس.

شكل رقم (1) النسب المئوية لمتغير الجنس.



جدول رقم (1) عينة الدراسة بالنسبة للجنس.

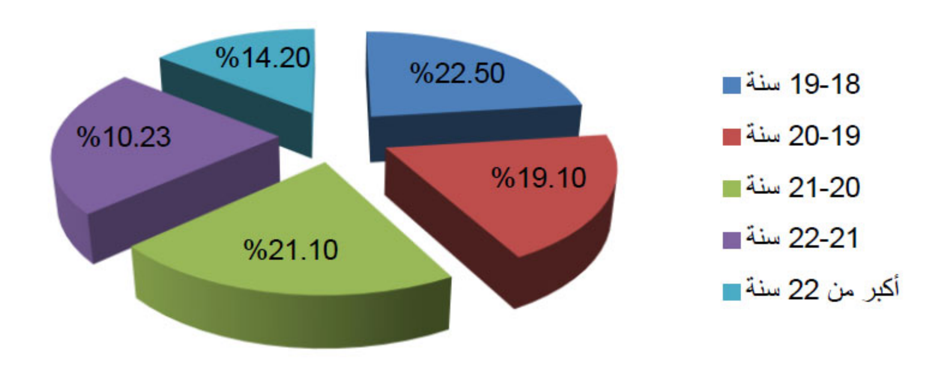
الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	**220**	**%56.3**
أنثى	**177**	**%47.7**
المجموع	**397**	**%100**

2. العمر: وله خمسة مستويات حيث يظهر الجدول رقم (2) توزيع العينة حسب الفئات العمرية، كما يظهر الشكل رقم (2) النسب المئوية لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمر.

جدول رقم (2) عينة الدراسة بالنسبة للعمر.

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
18-19سنة	89	%22.5
19-20سنة	76	%19.1
20-21سنة	84	%21.1
21-22 سنة	89	%23.1
أكبر من 22 سنة	57	%14.2
المجموع	397	%100

شكل رقم (2) النسب المئوية تبعاً لمتغير العُمر.

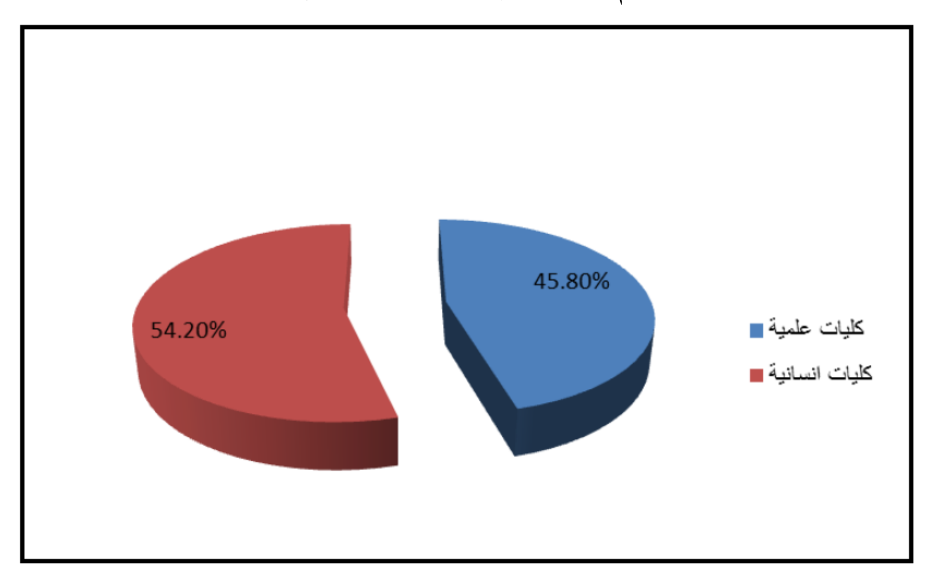


3. **الكلية**: حيث بلغ عدد طلبة الكليات العلمية (185) طالب وطالبة، وعدد طلبة الكليات الإنسانية (212) طالب وطالبة، ويظهر الجدول رقم (3) توزيع عينة الدراسة بالنسبة للكلية، كما يظهر الشكل رقم (3) النسب المئوية لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير الكلية.

جدول رقم (3) عينة الدراسة بالنسبة للكلية

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
كليات علمية	**185**	**%45.8**
كليات انسانية	**212**	**%54.2**
المجموع	**397**	**%100**

شكل رقم (3) النسب المئوية تبعاً لمتغير الكلية.

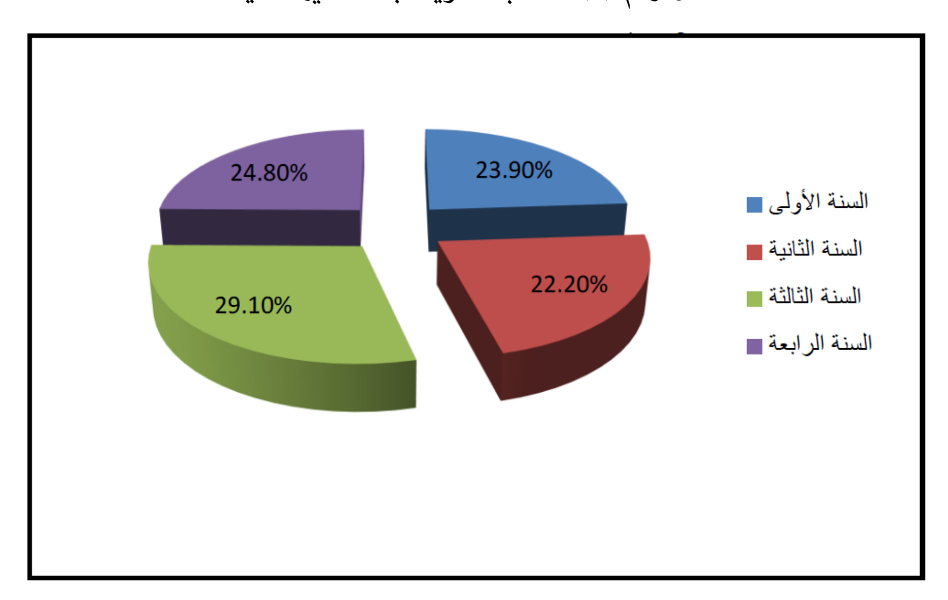


4. **المرحلة الدراسية:** ولها أربعة مستويات، حيث يظهر الجدول رقم (4) توزيع العينة حسب المراحل الدراسية، كما يظهر الشكل رقم (4) النسب المئوية لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير المرحلة الدراسية.

جدول رقم (4) عينة الدراسة بالنسبة للمرحلة الدراسية.

المرحلة الدراسية	التكرار	النسبة المئوية
المرحلة الأولى	**93**	**%23.9**
المرحلة الثانية	**88**	**%22.2**
المرحلة الثالثة	**115**	**%29.1**
المرحلة الرابعة	**101**	**%24.8**
المجموع	**397**	**%100**

شكل رقم (4) النسب المئوية تبعاً لمتغير الكلية.

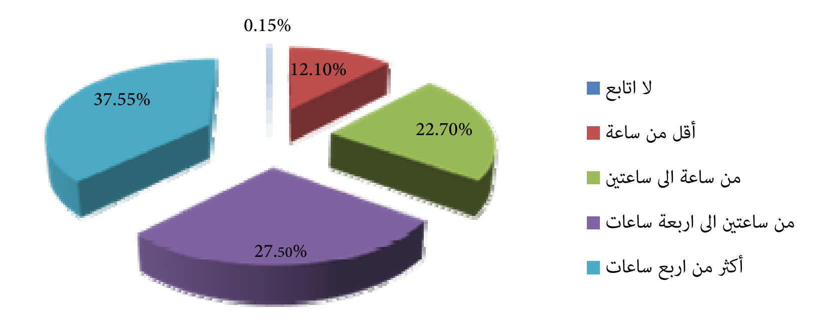


5. **معدل ساعات متابعة مواقع التواصل الاجتماعي**: وله خمسة مستويات، حيث يظهر الجدول رقم (5) توزيع العينة حسب معدل ساعات المتابعة، كما يظهر الشكل رقم (5) النسب المئوية لتوزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير معدل ساعات المتابعة.

جدول رقم (5) عينة الدراسة بالنسبة لمعدل ساعات المتابعة.

معدل ساعات المتابعة	التكرار	النسبة المئوية
لا أتابع	6	%0.15
أقل من ساعة	49	%12.1
من ساعة إلى ساعتين	90	%22.7
من ساعتين إلى أربع	108	%27.5
أكثر من أربع ساعات	144	%37.55
المجموع	397	%100

شكل رقم (5) النسب المئوية تبعاً لمتغير معدل ساعات المتابعة.



البُعد الثاني: وله ُ ستُ محاور:

المحور الاول: القفزات التي حققتها مواقع التواصل الاجتماعي (15) فقرة.

المحور الثاني: الوظائف التي مارستها مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على التوجهات السياسية، وأكثر المواقع التي تشكل مصدراً للمعلومات (10) فقرات.

المحور الثالث: الدوافع التي تقف وراء إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي (15) فقرة.

المحور الرابع: الموضوعات التي ركزت عليها مواقع التواصل الاجتماعي (8) فقرات.

المحور الخامس:دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوجهات السياسية، وبيان الوعي السياسي الذي حققته هذه المواقع (7) فقرات.

المحور السادس: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي (10) فقرات.

وصُمِمت الإجابة على أداة الدراسة (الإستبانة) وفق مقياس " ليكرت الخماسي " كما يلي:

- أوافق بشدة: ولها (5) درجات.
- أوافق: ولها (4) درجات.
- مُحايد: ولها (3) درجات.
- لا أوافق: ولها (2) درجة
- لا أوافق بشدة: ولها (1) درجة واحدة.

تـمَ إحتساب درجة تقديرات أفراد عينة الدراسة " لدور مواقع التواصل الاجتماعي على التوجهات السياسية " على النحو التالي:

- الفقرة التي يتراوح متوسطها الحسابي بين (3.68 – 5.00) درجة مرتفعة.

- الفقرة التي يتراوح متوسطها الحسابي بين (2.67 – 3.67) درجة متوسطة.

- الفقرة التي يتراوح متوسطها الحسابي بين (1.00 – 2.33) درجة منخفضة.

- **صدق أداة الاداة:**

للتحقق من الأداة جرى عرضها بصورتها الاولية على (6) مُحكمين من ذوي الإختصاص في المجالات التالية (السياسية، التربية، الاحصاء، الإعلام، الرأي العام)، في المملكة الأردنية الهاشمية والجمهورية العراقية: ملحق رقم (1)، وطُلِبَ منهم تحديد درجة ملائمة الفقرات وشموليتها لقياس المحاور التي وردت فيه تلك الفقرات، ومدى وضوحها، وسلامتها اللغوية، كذلك ذكر أي تعديلات مقترحة واقتراح فقرات يرونها ضرورية، وحذف الفقرات الغير ضرورية، وبعد إسترجاع الأداة (الإستبانة) من قبل المُحكمين، تم إجراء التعديلات المقترحة التي أوردوها، واستقرت الأداة على (53 فقرة بصورة نهائية) في البعد الثاني بعد ان كانت (65 فقرة)، أما البعد الاول فبقى كما هو مع مراعاة الاخطاء اللغوية.

- البعد الاول: المعلومات الديمغرافية للطلبة المبحوثين، تكونت من المتغيرات التالية:

أ. الجنس.

ب. العمر: ولهُ خمسُ مستويات.

ج. الكلية: ولها مستويان (كلية علمية – كلية إنسانية).

د. المرحلة الدراسية: ولها أربعُ مستويات.

هـ. معدل ساعات متابعة مواقع التواصل الاجتماعي: وله خمسُ مستويات.

- البُعد الثاني: وله ُ ستُ محاور: (ملحق رقم 2)

المحور الاول: القفزات التي حققتها مواقع التواصل الاجتماعي (7) فقرات.

المحور الثاني: الوظائف التي تمارسـها مواقـع التواصـل الاجتماعـي وتأثيرهـا عـلى التوجهات السياسية، وأكثر المواقع التي تشكل مصدراً للمعلومات (8) فقرات.

المحور الثالث: الدوافع التي تقف وراء إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي (10) فقرات.

المحور الرابـع: الموضـوعات التـي ركـزت عليهـا مواقـع التواصـل الاجتماعـي (7) فقرات.

المحور الخامس:دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشـكيل التوجهـات السياسـية، وبيان الوعي السياسي الذي حققته هذه المواقع (11) فقرة.

المحور السادس: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي (10) فقرات.

- **دلالات صدق البناء التكويني وثبات الأداة:**

لغاية التأكد من صدق البناء التكويني والثبات للأداة ، تم تطبيق الأداة عـلى (20) طالباً بصورتها الأوليـة، ذلـك للكشـف في مـا إذا كـان هنـاك صـعوبة في فقـرات الاستبانة، أو يشوبها بعض الغموض، فقد تـم توزيعهـا عـلى (8) طـلاب مـن الكليـات الانسانية، و (10) من الكليات العلمية، و(2) من طلبة الـدكتوراه في الفيزيـاء والادارة والاقتصاد، ثم حساب معاملات الصدق والثبات كما يلي:

أ. صدق البناء التكويني للأداة:

تم التأكد من صدق بناء الأداة بحسـب معامـل الاتسـاق الـداخلي وفق معادلة " كرونباخ ألفا Cronbach Alpha"، إذ تقيس مدى الإتسـاق

والتناسق في إجابة المستجوب على كل الأسئلة الموجودة، ومدى قياس كل سؤال للمفهوم، ذلك من خلال إظهار درجة إتساق كل فقرة من الفقرات في المحور الواردة فيه، بمعنى إن قيمة معامل " كرونباخ ألفا " لفترة ما تعكس درجة إتساق فقرات المحور في حال حذف تلك الفقرة، (Cronbachs Alpha if Ltem Deleted)، وقد بلغت قيم معامل الاتساق الداخلي كما في الجدول رقم (6).

جدول رقم (6) قيم معامل " كرونباخ ألفا " لفقرات أداة الدراسة.

ألفا قيمة(a)%	عدد الفقرات	المحور	
0.87	7	قفزات مواقع التواصل الاجتماعي	المتغير المستقل مواقع التواصل الاجتماعي
0.90	8	وظائف مواقع التواصل الاجتماعي	
0.90	10	دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	
0.91	7	الموضوعات التي ركزت عليها مواقع التواصل الاجتماعي	
0.88	11	التوجهات السياسية التي شكلتها مواقع التواصل الاجتماعي	
0.90	10	ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي	
0.89	53	المتغير المستقل	
0.88		الأداة ككل	

وتعكس قيمة معامل ألفا للفقرات درجة اتساق عالية للمحور الواردة فيه، وتبين الدلالة الاحصائية بين كل فقرة من الفقرات مع المحور الواردة فيه.

ب. ثبات الأداة:

تم التحقق من ثبات الأداة باستخدام الإختبار و إعادة الإختبار (test–retest) حيث جرى إعادة تطبيق الإستبانة على عينة مكونة من (20) فرداً من خارج عينة الدراسة، بعد مرور خمسة أيام على التطبيق الاول.

وتعد معاملات الثبات مرتفعة ومناسبة، ومن هنا يُمكن وصف الأداة بالثبات العالي، وأن البيانات التي تم الحصول عليها من خلال تطبيق الأداة تخضع لدرجة عالية من الاعتمادية ويُمكن الوثوق بصحتها.

- **الإجراءات:**

أ. تم الحصول على الموافقات اللازمة.

ب. تم حصر أفراد العينة.

ج. تم إعداد الأداة (الاستبانة) واستخراج دلالات الصدق والثبات لها كما مرَ سابقاً.

د. تم تطبيق الأداة على أفراد العينة، وقد إستغرق توزيع الأداة وجمعها ثلاث أشهر.

هـ تم تفريغ البيانات على قوائم خاصة، ثم إدخالها إلى الحاسب الآلي ومعالجتها إحصائياً بإستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistcal Package **SPSS** – for Social Sciences

- **المعالجة الإحصائية:**

جرى إستخدام المعالجات الإحصائية ذات الصلة كما يلي:

أ. حساب معامل الإتساق الداخلي وفق معادلة كرونباخ ألفا " Cronbach Alpha "، ذلك من خلال إظهار درجة إتساق كل فقرة من الفقرات مع المحور الواردة فيه.

ب. المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية من أجل معرفة الفروق الظاهرية.

ج. اختبار تحليل التباين الإحادي (One Way Anova)، للكشف عن دلالة الفروق.

د. في حال أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية سيتم إجراء المقارنات البَعدية بطريقة " شيفيه Scheffe ".

إجابات العينة حسب فقرات الاستبانة.

هنا جاءعرضاً وتحليلاً للنتائج التي توصلت إليها الأداة، فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعيودورها في التوجهات السياسية.

- **تحليل البيانات.**

المحور الاول: القفزات التي حققتها مواقع التواصل الاجتماعي (7) فقرات.

لأجل الإجابة على الأسئلة واختبار فرضياتها، فيما يتعلق بالمحور الأول من المحاور وهو القفزات التي حققتها مواقع التواصل الاجتماعي، فقد جرى إحتساب المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري والترتيب والمستوى لتقديرات أفراد العينة ذلك لقياس أثر هذه المواقع على التوجهات السياسية، والواردة في فقرات المحور الاول من الأداة (الاستبانة)، وعددها سبع فقرات،

حيث أن المتوسط الحسابي الموزون للفقرات، والذي يمثل تغيير الإتجاه العام لإستجابات أفراد العينة تَبعاً لظروف معينة، لذلك حسب قيمة هذا المتوسط الحسابي يُمكن تقييم إجابات المبحوثين ورأيهم عند كل فقرة من ضمن الاجابات، وبالتالي يُمكن معرفة مستوى الاستجابة (مرتفعة، أو متوسطة، أو متدنية)، وأيضاً معرفة الترتيب للفقرات حسب قيم المتوسط الحسابي، أما الإنحراف المعياري لهذا المتغير فهو يعني إنحراف إجابات المبحوثين عن المتوسط الحسابي، سواء كان هذا الإنحراف صغيراً أو كبيراً، وكانت النتائج كما في الجدول رقم (7).

جدول رقم (7) المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية والترتيب، لتقديرات أفراد العينة، لمحور قفزات مواقع التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً.

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
1	يُعتبر التفاعل في مواقع التواصل الاجتماعي من أهم أدوات التواصل العملية بين المرسل والمستقبل	4.05	0.92	1	مرتفعة
4	تَسمَح مواقع التواصل الاجتماعي للمجموعات الصغيرة من الناس بإيصال أصواتهم إلى العالم أجمع	4.01	0.97	2	مرتفعة
5	مواقع التواصل الاجتماعي إحدى وسائل الإعلام العالمي الجديد	3.84	1.01	3	مرتفعة
2	تُعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة اتصال جماهيرية	3.81	0.95	4	مرتفعة

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
3	تَعُد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لنشر الأخبار	3.69	1.01	5	مرتفعة
7	مواقع التواصل الاجتماعي إذا أحسن إستخدامها أصبحت وسيلة فاعلة لتحريك الرأي العام بالاتجاه الايجابي	3.62	1.02	6	متوسطة
6	إذا أسيء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت آداة للتشهير والابتزاز	3.58	1.02	7	متوسطة
النتيجة الكلية		3.69	0.52		مرتفعة

تشـير النتـائج في الجـدول رقـم (7) إلى أن تقـديرات أفـراد العينـة لقيـاس مواقـع التواصل الاجتماعيودورها في التوجهات السياسـية قـد جـاءت ضـمن الدرجـة المرتفعـة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لتقديراتهم (3.69)، والإنحراف المعياري (0.52) أما بالنسـبة للفقرات التي عبرت عن القفزات التي حققتها مواقع التواصل الاجتماعي فقـد تراوحـت تقديرات أفـراد العينـة فيهـا بـين الدرجـة المرتفعـة والدرجـة المتوسـطة، وقـد تراوحـت المتوسطات الحسابية للفقـرات بـين (4.05) في مـداها الأعـلى للفقـرة (1)، وبـين (3.58) في مداها الأدنى وكانت للفقرة (6)، حيـث كانـت أعـلى الفقـرات التـي تشـير إلى درجـة مرتفعة هي: الفقرة (1) يُعتبر التفاعل في مواقـع التواصـل الاجتماعـي مـن أهـم أدوات التواصل العملية بين المرسل والمستقبل التي جـاءت في الترتيـب الاول وبمتوسـط حسـابي

(4.05)، وانحراف معياري (0.92)، تليها في الترتيب الثاني الفقرة (4)، تسمح مواقع التواصل الاجتماعي للمجموعات الصغيرة من الناس بإيصال أصواتهم إلى العالم أجمع، ومتوسط حسابي بلغ (4.01)، وبإنحراف معياري (0.97)، أما أقل الفقرات التي تشير إلى درجة متوسطة كانت الفقرة (6)، إذا أسيء إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أداة للتشهير والإبتزاز، التي جاءت في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي (3.58) وإنحراف معياري (1.02).

يلاحظ هنا مما ذكر في الجدول رقم (7) حول القفزات التي حققتها مواقع التواصل الاجتماعي في المحور الاول، إن الفقرة التي جاءت في الترتيب الاول تعني أن تقديرات أفراد العينة ، لقياسمواقع التواصل الاجتماعي تنعكس إيجابياً على التوجهات السياسية، واستطاعت هذه المواقع اليوم من الانتشار السريع والمتزايد بفضل التقنيات الموجود، وكذلك بوجود خبراء في هذا المجال، الامر الذي أدى بانتشارها بطريقة سريعة جدا في الوسط الجماهيري، مما دفع السلطات الحكومية على العمل من أجل كسب تأييد هذه المواقع، سيما بعد ان خرجت على السيطرة، في ظل وجود متخصصين في هذا المجال.

المحور الثاني: الوظائف التي مارستها مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على التوجهات السياسية، وأكثر المواقع التي تشكل مصدراً للمعلومات (8) فقرات.

فيما يتعلق بالمحور الثاني من المحاور وهو وظائف وإستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على التوجهات السياسية، وأكثرها إستخداماً، فقد تم إحتساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب والمستوى لتقديرات أفراد العينة، لقياس دور مواقع التواصل الاجتماعي على التوجهات

السياسية، والواردة في فقرات المحور الثاني من الأداة (الاستبانة)، وعددها (8) فقـرات، كانت النتائج كما في الجدول رقم (8).

جدول (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والترتيب لتقديرات أفراد العينة لمحور وظائف واستخدامات مواقع التواصل الاجتماعيودورهافي التوجهات السياسية مرتبة تنازلياً.

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
12	الفيس بوك Face book	4.03	0.96	8	مرتفعة
13	اليوتيوب Youtube	3.99	0.95	9	مرتفعة
9	مكنت مواقع التواصل الاجتماعيالجماهير من التعرف على الثقافات والحضارات للشعوب الأخرى	3.95	1.01	10	مرتفعة
11	تساعد على خلق روح الإلهام والابتكار والإبداع	3.77	0.97	11	مرتفعة
8	تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على زيادة ثقة بالنفس.	3.50	1.06	12	متوسطة
10	تعمل على تكوين التوجهات السياسية.	3.48	0.96	13	متوسطة
14	تويتر Twitter	3.44	0.95	14	متوسطة
15	غيرها من مواقع التواصل	3.41	0.96	15	متوسطة
النتيجة الكلية		3.70	0.55		مرتفعة

تشير النتائج في الجدول رقم (8) إلى أن تقـديرات أفـراد العينـة لقيـاس مواقع التواصل الاجتماعي ودورها التوجهات السياسية، قد جاءت ضمن الدرجة

المرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لتقديراتهم (3.70)، والإنحراف المعياري (0.55)، بالنسبة للفقرات التي تعبّر عن الوظائف التي مارستها مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على التوجهات السياسية، وأكثر المواقع التي تشكل مصدراً للمعلومات فقد تراوحت تقديرات أفراد العينة فيها بين الدرجة المرتفعة والدرجة المتوسطة، وقد تراوحت المتوسطات الحسابية للفقرات بين (4.03) في مداها الأعلى، وكان للفقرة (12)، وبين (3.41) في مداها الأدنى وكان للفقرة (15). حيث كانت أعلى الفقرات التي تشير إلى درجة مرتفعة هي: الفقرة (12)، الفيس بوك Face book، والتي جاءت في الترتيب الأول، وبمتوسط حسابي (4.03)، وإنحراف معياري (0.96)، تليها في الترتيب الثاني الفقرة (13) " اليوتيوب Youtube"، وبمتوسط حسابي (3.99)، وبإنحراف معياري (0.95)، أما أقل الفقرات والتي تشير إلى درجة متوسطة فكانت: الفقرة (15)، غيرها من مواقع التواصل، والتي حلّت في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي (3.41) وإنحراف معياري (0.96).

ونرى هنا أن الفقرة التي جاءت في الترتيب الأول والثاني تدل على أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً هما الفيس بوك واليوتيوب حسب تقديرات أفراد العينة وتمارس الوظائف التي تم ذكرها في فقرات الاستبانة في المحور الثاني، وهذا بدوره ينعكس ايجابياً على أفراد العينة وعلى المجتمع الذي يعيشون فيه، لقياس أثر مواقع التواصل الاجتماعي على التوجهات السياسية لديهم، مما يساهم وبدرجة كبيرة من تكوين الاتجاهات السياسية الخاصة بهم، وبيان المواقف والاتجاهات اتجاه القضايا السياسية التي تهم الرأي العام.

المحور الثالث: الدوافع التـي تقـف وراء إسـتخدام مواقـع التواصـل الاجتماعـي (10) فقرات.

جاء المحور الثالـث مـن محـاور الأداة وهـو الـدوافع التـي تقـف وراء إسـتخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فقد جرى احتساب المتوسط الحسابي، والإنحراف المعيـاري والترتيب والمستوى لتقديرات أفراد العينة، والواردة في فقرات المحور الثالـث مـن أداة الدراسة وعددها (10) فقرات، كانت النتائج كما في الجدول رقم (9).

جدول (9): المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية والترتيب، لتقديرات أفراد العينة لمحور دوافع إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً.

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
25	أستخدمها لأنها أصبحت جزء من الواقع الحالي	4.02	0.95	16	مرتفعة
21	من أجل التعرف على الواقع والدعوة إلى مستقبل أفضل	3.98	0.96	17	مرتفعة
18	التواصل الجَمَاعي والتعرف على أصدقاء جدد	3.88	0.97	18	مرتفعة
19	لقضاء وقت الفراغ والحصول على المتعة والتسلية	3.78	0.93	19	مرتفعة
23	من اجل مناقشة القضايا والتوجهات السياسية	3.72	1.05	20	مرتفعة
17	تَّعُد وسيلة للتثقيف العام	3.64	1.01	21	متوسطة

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
24	متابعة التغيرات السياسية والاجتماعية على الصعيد العربي والعالمي	3.63	0.99	22	متوسطة
20	وسيلة لتكوين الرأي العام حول القضايا التي تهُم المجتمع	3.62	1.02	23	متوسطة
22	مصدر مُهم للمعلومات في القضايا المختلفة	3.52	1.01	24	متوسطة
16	التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات	3.48	0.98	25	متوسطة
النتيجة الكلية		3.60	0.52		متوسطة

تشير النتائج في الجدول رقم (9) إلى أن تقديرات أفراد العينة لقياس أثر مواقع التواصل الاجتماعي على التوجهات السياسية، قد جاءت ضمن الدرجة المتوسطة حيث بلغ المتوسط الحسابي لتقديراتهم (3.60)، والانحراف المعياري (0.52)، وبالنسبة للفقرات التي تعبّر عن محور دوافع استخدام هذه المواقع، لذا فقد تراوحت تقديرات أفراد العينة فيها بين الدرجة المرتفعة والدرجة المتوسطة، وقد تراوحت المتوسطات الحسابية للفقرات بين (4.02) في مداها الأعلى، وكان للفقرة (25)، وبين (3.48) في مداها الأدنى وكان للفقرة (16). حيث كانت أعلى الفقرات التي تشير إلى درجة مرتفعة هي: الفقرة (25)، أستخدمها لأنها أصبحت جزء من الواقع الحالي، والتي جاءت في الترتيب الأول، وبمتوسط حسابي (4.02)، وإنحراف معياري (0.95)، أما

أقل الفقرات والتي تشير إلى درجة متوسطة فكانت: الفقرة (16)، التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات، والتي حلّت في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي (3.48) وإنحراف معياري (0.98).

لـذا: أن الفقرة التي جاءت في الترتيب الأول تدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي اصبحت جزء مهم في الحياة حسب تقديرات العينة لأنها أصبحت جزء من الواقع الحالي، ومحط اهتمام كثير من الشباب، لذا لا يُمكن تجاهل دورها في ما يحدث وسوف يحدث من تغييرات في المنطقة العربية،سيما وأن المنطقة تعيش حالة من الفوضى بسبب الحروب، وبعض المقاطعة من دول لدول أخرى.

المحور الرابع: الموضوعات التي ركزت عليها مواقع التواصل الاجتماعي (7) فقرات.

أما المحور الرابع من المحاور والذي جاء حول الموضوعات التي ركزت عليها مواقع التواصل الاجتماعي، فقد جرى إحتساب المتوسط الحسابي، والإنحراف المعياري والترتيب والمستوى لتقديرات أفراد العينة، والواردة في فقرات المحور الرابع من أداة الدراسة وعددها (7) فقرات، وكانت النتائج كما في الجدول رقم (10).

جدول (10): المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية والترتيب، لتقديرات أفراد العينة لمحور الموضوعات التي ركزت عليها مواقع التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً.

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
28	**الموضوعات والأبعاد الأمنية والعسكرية**	**4.04**	**0.97**	**26**	**مرتفعة**
32	**الموضوعات والأحداث السياسية الجارية**	**3.99**	**0.95**	**27**	**مرتفعة**

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
26	الموضوعات والأبعاد الدينية والطائفية	3.82	0.98	28	مرتفعة
29	النتائج السلبية المتوقعة للأحداث السياسية	3.74	1.01	29	مرتفعة
28	الموضوعات والأبعاد الثقافية والتعليمية	3.63	1.05	30	مرتفعة
27	الموضوعات الفنية والترفيهية	3.60	0.99	31	متوسطة
31	التعارف والدردشة	3.58	1.02	32	متوسطة
النتيجة الكلية		3.71	0.50		مرتفعة

تشير النتائج في الجدول رقم (10) إلى أن تقديرات أفراد العينة، قد جاءت ضمن الدرجة المرتفعة أيضاً، حيث بلغ المتوسط الحسابي لتقديراتهم (3.71)، والإنحراف المعياري (0.50)، حول الفقرات التي تعبّر عن الموضوعات التي ركزت عليها مواقع التواصل الاجتماعي، وقد تراوحت المتوسطات الحسابية للفقرات بين (4.04) في مداها الأعلى، وكان للفقرة (28)، وبين (3.58) في مداها الأدنى وكان للفقرة (32)، حيث كانت أعلى الفقرات التي تشير إلى درجة مرتفعة هي: الفقرة (28)، الموضوعات والأبعاد الأمنية والعسكرية، والتي جاءت في الترتيب الأول، وبمتوسط حسابي (4.04)، وإنحراف معياري

(0.97)، أما أقل الفقرات التي تشير إلى درجة متوسطة فكانت: الفقـرة (32)،التعـارف والدردشة، والتي حلت في الترتيب الأخير بمتوسـط حسـابي (3.58) وإنحـراف معيـاري (1.02).

نجد:أن الفقرة التي جاءت في الترتيـب الأول تـدل عـلى إن الموضـوعات والأبعـاد الأمنية والعسكرية إحتلـت المرتبـة الاولى مـن حيـث الاهتماملهـذه الموضـوعات عـلى مواقع التواصل الاجتماعي، نظراً لما تمُر به المنطقة العربية من تداعيات أمنية خطـيرة، ولأن أغلب هذه المواقع اليوم بدون مراقبة تـذكر، وبعـد أن أصـبحت هنـاك مجـاميع تعمـل عـلى تجنيـد الشـباب والفتيـات عِـبر هـذه المواقـع، الامـر الـذي يـدفع بعـض الحكومات الى حجب هذه المواقع واطلاقها حيناً آخر، وهذا يدل على أن هذه المواقـع أصبح لها ثقل في الساحة السياسية، من خلال الترويج للأفكار سـواء كانـت ايجابيـة أو سلبية.

المحور الخامس: مواقـع التواصـل الاجتماعـي ودورهـا في التوجهـات السياسـية، وبيان الوعي السياسي الذي حققته هذه المواقع (11) فقرة.

فيما يتعلق بالمحور الخامس من المحاور وهو مواقع التواصل الاجتماعيودورها في التوجهات السياسـية، وبيـان الـوعي السـياسي الـذي حققتـه هـذه المواقـع، فقـد تـم احتساب المتوسط الحسابي، والإنحراف المعياري والترتيـب والمسـتوى لتقـديرات أفـراد العينة، والواردة في فقـرات المحـور الخـامس مـن أداة الدراسـة، وعـددها (11) فقـرة، وكانت النتائج كما في الجدول رقم (11).

جدول (11): المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية والترتيب، لتقديرات أفراد العينة لمحور تشكيل التوجهات السياسية والوعي السياسي مرتبة تنازلياً.

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
43	تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أهم الأدوات المساهمة في حدوث الثورات مؤخراً	4.01	0.96	33	مرتفعة
34	تعمل على تبادل المعلومات السياسية	3.94	0.97	34	مرتفعة
36	تعتبر أداة من أدوات حرية الرأي والتعبير حول القضايا السياسية	3.83	0.95	35	مرتفعة
35	لها دور كبير في التوجهات السياسية	3.62	1.03	36	متوسطة
39	تعمل على تشكيل رأي نحو القضايا السياسية	3.61	1.02	37	متوسطة
42	تساهم هذه المواقع في التعرف على الاوضاع السياسية الداخلية والخارجية	3.60	0.92	38	متوسطة
37	التوجيه نحو تغيير الثقافة السياسية كضرورة للتطور	3.57	1.01	39	متوسطة
40	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الصورة الحقيقية للأوضاع السياسية الراهنة	3.48	0.97	40	متوسطة

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
33	تعمل على التوعيةالسياسية والثقافية	3.42	1.06	41	متوسطة
38	لا تؤثر على التوجهات السياسية مطلقا	3.38	1.02	42	متوسطة
41	تزيد مواقع التواصل الاجتماعي من مقدار الانتماء القومي	3.37	0.94	43	متوسطة
	النتيجة الكلية	3.52	0.56		متوسطة

تشير النتائج في الجدول رقم (11) إلى أن تقديرات أفراد العينة لقياس مواقع التواصل الاجتماعيودورها في التوجهات السياسية، قد جاءت ضمن الدرجة المتوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لتقديراتهم (3.52)، والإنحراف المعياري (0.56)، وبالنسبة للفقرات التي تعبّر عن أثر هذه المواقع في تشكيل التوجهات السياسية والوعي السياسي فقد تراوحت تقديرات أفراد العينة فيها بين الدرجة المرتفعة والدرجة المتوسطة، وقد تراوحت المتوسطات الحسابية للفقرات بين (4.01) في مداها الأعلى، وكان للفقرة (43)، وبين (3.37) في مداها الأدنى وكان للفقرة (41). حيث كانت أعلى الفقرات التي تشير إلى درجة مرتفعة هي: الفقرة (43)، تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أهم الأدوات المساهمة في حدوث الثورات مؤخراً، والتي جاءت في الترتيب الأول، وبمتوسط حسابي (4.01)، وإنحراف معياري (0.95)، أما أقل الفقرات التي تشير إلى درجة متوسطة فكانت: الفقرة (41)، تزيد مواقع التواصل الاجتماعي

من مقدار الانتماء القومي والتي حلّت في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي (3.37) وإنحراف معياري (0.94).

ونلاحظ: أن الفقرة التي جاءت في الترتيب الأول تدل على ربط مواقع التواصل الاجتماعي بالثورات العربية التي حدثت مؤخراً، كون هذه المواقع أصبحت صاحبة اليد الطولى في تجمع الشباب، وتحديد أماكن هذه التجمعات ومن ثم الاحتجاجات، و ذلك كله عن طريق الأشخاص الذين لديهم خبرة في عمل هكذا مواقع، ولا يخفى على أحد اليوم إن هذه المواقع أصبحت جزءً لا يتجزأ من الواقع الحالي، وكلاً يستخدمها بالطريقة التي تناسبهُ، وإتجاه فئة الشباب إلى هذه المواقع كونها الأسرع في نقل الحدث، سواء أكان هذا الحدث سياسي، او إقتصادي، او ديني، إلخ.... وإذا كان هناك مقاطع للفيديو تنشر على هذه المواقع، فتكون على الأغلب بدون حذف (أي كاملة كما جاءت من المصدر)، كل هذا دفع الشباب لإستخدامها بشكل كبير وقد يصل في بعض الاوقات إلى حد الإدمان إن صح التعبير، وجاءت الفقرة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (3.94) على إن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تبادل المعلومات السياسية، والفقرة الثالثة جاءت بمتوسط حسابي (3.83) على إنها تعتبر أداة من أدوات حرية الرأي والتعبير عنها، أما بقية الفقرات الأخرى من الفقرة الرابعة إلى الفقرة الحادية عشر جاءت ضمن الدرجة المتوسطة من حيث تعمل على تشكيل رأي حول القضايا السياسية، لذا لابد من التأكيد على إن هذه المواقع جاءت اليوم (كالمنبه) لتنبيه الرأي العام ما يدور من أخبار ومعلومات حول السلطة السياسية من أجل نقل الحقائق، وجاءت أيضاً لتنبيه الحكومات عما يدور أو تعانيه الشعوب من ظلم واستبداد على مر السنين.

المحور السادس: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي (10) فقرات.

فيما يتعلق بالمحور السادس من المحاور، الذي يتضمن إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي، فقد جرى إحتساب المتوسط الحسابي، والإنحراف المعياري والترتيب والمستوى كما جرى إحتسابه في المحاور الخمسة التي ذكرت، الواردة في فقرات هذا المحور وعددها (10)، وكانت النتائج كما في الجدول رقم (12).

جدول (12): المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية والترتيب، لتقديرات أفراد العينة لمحور ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً.

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
45	وسيلة للتفاعل الاجتماعي	4.03	0.95	44	مرتفعة
48	وسيلة لتكوين الآراء وتقصير المسافات وتوفير الأوقات للمناقشة	3.99	0.98	45	مرتفعة
50	وسيلة لتبادل الشائعات ونشرها	3.88	0.97	46	مرتفعة
49	لا يوجد فيها حماية للمعلومات والخصوصية الكاملة	3.73	1.01	47	مرتفعة
45	وسيلة للممارسة الديمقراطية	3.69	0.98	48	مرتفعة

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
47	تتميز هذه المواقع بعدد كبير من الجمهور على مستوى العالم	3.67	0.95	49	مرتفعة
46	وسيلة لإجراء الحوار فردي أو جماعي	3.62	1.02	50	متوسطة
52	يمكن أن يسبب استخدامها لساعات طويلة حالة من الإدمان لدى الجمهور	3.58	0.95	51	متوسطة
51	لا يوجد فيها ضمان من قراصنة المعلومات والصور الشخصية	3.47	1.01	52	متوسطة
53	إهدار للوقت والمال في آن واحد	3.39	1.05	53	متوسطة
النتيجة الكلية		3.73	0.51		مرتفعة

تشير النتائج في الجدول رقم (12) إلى أن تقديرات أفراد العينة، لقياس مواقع التواصل الاجتماعيودورها في التوجهات السياسية، قد جاءت ضمن الدرجة المرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لتقديراتهم (3.73)، والإنحراف المعياري (0.51)، بالنسبة للفقرات التي تعبّر عن إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي فقد تراوحت تقديرات أفراد العينة فيها بين الدرجة المرتفعة والدرجة المتوسطة، وقد تراوحت المتوسطات الحسابية للفقرات بين (4.03) في مداها الأعلى، وكان للفقرة (45)، وبين (3.39) في مداها الأدنى وكان للفقرة (53) حيث كانت أعلى الفقرات التي تشير إلى درجة مرتفعة هي: الفقرة (45)، وسيلة للتفاعل الاجتماعي والتي جاءت في الترتيب

الأول، وبمتوسط حسابي (4.03)، وإنحراف معياري (0.95)، أما أقل الفقرات والتي تشير إلى درجة متوسطة فكانت: الفقرة (53)، إهدار للوقت والمال في آن واحد والتي حلّت في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي (3.39)، وإنحراف معياري (1.05).

وأن الفقرة التي جاءت في الترتيب الأول تدل على إدراك الرأي العام لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للتفاعل الاجتماعي، والبحث عن الاصدقاء وتكوين مجتمعات إفتراضية، ذلك لأن هذه المواقع قربت البعيد، وقصرت المسافات بشكل لم يكن لأحد أن يتوقعهُ، لكن بالرغم من كل الاشياء التي قدمتها ولا زالت تقدمها هذه المواقع، تبقى فاقدة لأهم شيء وهو حرية الخصوصية، لأن لا يوجد فيها اليوم حماية لمعلومات المستخدم كاملة إلا ما ندر.

مناقشة الأسئلة التي دارت عليها الأداة (الاستبانة).

يقدم الكاتب هنا ملخصاً لمناقشةالأسئلة التي دارت حولها الاداة مع التعليق عليها في محاورها الرئيسية.

1. مناقشة نتائج السؤال الاول / ما مدى دور مواقع التواصل الاجتماعيفي إحداث التغيير، وهل حققت هذه المواقع قفزات واسعة في المجال السياسي؟

دلت نتائج السؤال الأول (جدول رقم 7) على إن التفاعل في مواقع التواصل الاجتماعي يُعتبر من أهم الادوات العملية بين المرسل والمستقبل، فقد حاز على المرتبة الاولى، وذلك بمتوسط حسابي بلغ (4.05)، وجاء بعدها أن هذه المواقع تسمح للمجاميع الصغيرة من الناس بإيصال أصواتهم إلى العالم أجمع، وبمتوسط حسابي مرتفع أيضاً بلغ (4.01)، أما المرتبة الثالثة فقد جاءت إن هذه المواقع تُعتبر اليوم إحدى وسائل الإعلام العالمي الجديد وبمتوسط حسابي بلغ (3.84)، أما المراتب الأربعة الأخيرة من المحور الأول فقد كانت

في المرتبة الرابعة إن هذه المواقع وسيلة إتصال جماهيرية وبمتوسط حسابي بلغ (3.81)، والمرتبة الخامسة إن هذه المواقع تعد وسيلة لنشر الأخبار بين أوساط الجماهير، والمرتبة السادسة إن هذه المواقع إذا أحسن إستخدامُها أصبحت وسيلة لتحريك الرأي العام بالإتجاه الإيجابي الصحيح وبمتوسط حسابي بلغ (3.62)، أما المرتبة الأخيرة فإن هذه المواقع إذا أسيء إستخدامها فإن هذه المواقع أصبحت أداة للتشهير والإبتزاز بمتوسط حسابي بلغ (3.58).

ونرى إن نتيجة هذا السؤال تُشير إلى إن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في تحديد التوجهات السياسية، مما يُتيح أمام فئة الشباب من فرص المتابعة والتعرض لهذه المواقع، ذلك كون هذه المواقع تجمع ميزات التلفزيون الذي يجمع الصورة والصوت مع الكلمة المكتوبة، مما يؤدي إلى أفضلية في الاستخدام من قبل الجامعات والمؤسسات والدوائر ومنظمات المجتمع المدني، بالإضافة إلى إن هذه المواقع قد حققت نجاحات كبيرة وفي كافة المجالات سواء كانت سياسية، أو اقتصادية، أو إجتماعية، أو ثقافية، لذلك لا يُمكن لأحد أن يتجاهل الدور الذي تقوم به هذه المواقع اليوم، بعد أن أصبحت منابراً للمطالبة بالحقوق، وقد جاء المحور الأول بفقراته السبعة على إن هذه المواقع حققت قفزات واسعة، وأصبحت أداة من أدوات التغيير السياسي، لذا لابد من العمل على إحتواء هذه الطاقات الكبيرة لدى الشباب (الرأي العام) وتوجيهها بالطريق الصحيح كونهم صُناع المستقبل القادم.

2. مناقشة نتائج السؤال الثاني / ما أكثر المواقع تأثيراً في التوجهات السياسية، وما هي الوظائف التي تؤديها هذه المواقع؟

جاءت النتائج في هذا السؤال واضحة جداً جدول رقم (8)، حيث تصدر الفيس بوك المرتبة الأولى بإعتباره أكثر المواقع إستخداماً وتأثيراً على التوجهات

السياسية، وبمتوسط حسابي مرتفع بلغ (4.03)، تلاه موقع اليوتيوب في المرتبة الثانية وبمتوسط حسابي قد بلغ (3.99)، أما المرتبة الثالثة والرابعة والخامسة والسادسة جاءت لتؤكد على أهم الوظائف التي تقوم بها هذه المواقع، وجاءت المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (3.95) فيما يخص ان هذا المواقع تمكن الرأي العام من التعرف على الثقافات والحضارات للشعوب الأخرى، أما المرتبة الرابعة فإنها تساعد على خلق روح الالهام والابتكار والابداع وذلك بمتوسط حسابي بلغ (3.77)، أما المرتبة الخامسة فإن هذه المواقع تعمل على زيادة الثقة بالنفس وبمتوسط حسابي بلغ (3.50)، والمرتبة السادسة أكدت إن هذه المواقع تعمل على تكوين التوجهات السياسية وبمتوسط حسابي بلغ (3.48)، وجاءت المرتبة السابعة من نصيب تويتر بمتوسط حسابي بلغ (3.44)، وهذا يؤكد على إن هذه المواقع أصبحت جزءً مهماً لا يتجزأ من الواقع الحالي الذي نعيشه.

لذا يمكن القول: إن مواقع التواصل الاجتماعي من خلال النتائج أعلاه قد أثبتت إن (الفيس بوك واليوتيوب وتويتر)، ذات أثر كبير على التوجهات السياسية، لأن هذه المواقع قد إستطاعت اليوم أن تفرض نفسها وبقوة على الساحة السياسية، ولا يمكن لأحد أن يتجاهلها، وقد إستطاعت هذه المواقع أن تبث الخوف والرعب في قلوب الحُكام، وبالأخص إنها لم تعد للترفيه والتسلية فقط، بل أصبحت ميادين لإعداد الانتفاضات الشعبية الهادفة إلى تحسين أوضاع الشعوب، وتحديد التوجهات السياسية وتمكينهم من التعرف على ثقافات وحضارات الشعوب الأخرى وقد ساعدتهم هذه المواقع كثيراً على خلق روح الإلهام والإبتكار والإبداع، كذلك أكد أستاذ العلوم السياسية الدكتور (نشأت الأقطش) في جامعة (بير زيت) إن هذه المواقع أصبحت أحد أبرز وسائل التغيير وتحديد التوجهات السياسية في الدول العربية، وقد

إستطاعت هذه المواقع من تغيير أنظمة كاملة، وتعديل النظام السياسي في معظم الـدول العربية، ويعتقد الأقطش: إن مستقبل هذه المواقع لن يكون أكـثر مـن ذلـك فقـد بـدأت بالترفيه والتسلية وإنتهت بالسياسة، وبسبب هذا المواقع فإن الأنظمة السياسـية العربيـة اليوم لن تستطيع أن تحكم كما كانت في السـابق، خاصـة وإن الجماهـير اسـتطاعت مـن خلال هذه المواقع التطرق إلى أي موضوع أو قضية.

يُمكن تلخيص الآراء والتصـورات المسـتقبلية لـدور مواقـع التواصـل الاجتماعـي، والأثر الذي يُمكن أن تلعبه هذه المواقع سياسياً في الوطن العربي:

أسهمت هذه المواقع بدور كبير لا يُستهان به ولا يُمكـن تجاهلـه، خـلال الثـورات العربية الأخيرة التي أنهت حُكماً كاملاً من القمع والإستبداد والقهـر، مارسـتها أنظمـة الحُكم في الدول العربية ضد شعوبها، وكان لهذا النجاح الذي حققته هذه المواقع إنها إستطاعت لَجِم (منع) أي إنتهاكات ضد حقوق الأنسان في المستقبل.

هذا وإن الأنظمة العربية اليوم بدأت تشعر بخطر زوالها، ذلك إن مـا تبقـى من عمرها لن يُسعفها تحت أي إجراء تتخذه لترقيع وإصـلاح مـا يُمكـن إصـلاحُه، لأن عصر الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي قد وضعت هذه الحكومات مكشوفة للرأي العام بكل قسوتها وعنفها، وإنتهى عصرها القديم الذي كانت تلعب فيه بكل حريتهـا بمصائر الشعوب خلف أسوار من التظليل والتزوير، لكن اليـوم لـن تـذهب قطـرة دم سُدى طالما هنالك عدسة قادرة على تسجيلها وبثها عبر الانترنت إلى كـل أرجـاء الكـرة الأرضية بعد ثواني من تسجيلها.

يُمكن توضيح الدور المُستقبلي لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال معرفة الإحصائيات الكبيرة المتتابعة وتحليلها، التي أظهرت توجهاً غير مسبوق على هذه المواقع، ويرى الكاتب إن هذه الزيادة الكبيرة في أعداد المستخدمين تفسر أهمية هذه المواقع ودورها التواصلي التفاعلي الجديد وبالتالي تقنية جديدة في تحريك الثورات العربية، وإن هذه المواقع لو لم تكن وسيطاً مهماً لما كان مستخدميها قد لجأوا إليها بهذا العدد الكبير والمتزايد، ويتوقع فريق من الباحثين العاملين في برنامج الحوكمة والابتكار التابع لكلية دبي للإدارة الحكومية، إن هذه المواقع ستواصل دورها الكبير والمهم في تنظيم الحِراك الاجتماعي والمدني في الوطن العربي، خاصة لدى شريحة الشباب.

3. مناقشة نتائج السؤال الثالث / ما هي الدوافع التي تقف وراء إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

دلت نتائج هذا السؤال جدول رقم (9) على إن أهم الدوافع التي تقف وراء إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المرتبة الأولى إنهم يستخدمونها لأنها أصبحت جزءً من الواقع الحالي وبمتوسط حسابي مرتفع بلغ (4.02)، وهذه المواقع أصبحت اليوم فعلاً جزء من الواقع الحالي ولا يُمكن لأحد إنكارها أو تجاهلها، والمرتبة الثانية جاءت وحسب إجابات الطلبة المبحوثين من أجل التعرف على الواقع والدعوة إلى المستقبل وبمتوسط حسابي مرتفع أيضاً بلغ (3.98)، هذا يعني إن هذه المواقع أصبحت جزءً مهماً في تحديد التوجهات الخاصة لأن عن طريقها نستطيع التعرف على الواقع الحالي والمناداة بمستقبل أفضل، وجاءت المرتبة الثالثة من أجل التواصل الجَمَاعي والتعرف على أصدقاء جُدد بمتوسط حسابي مرتفع بلغ (3.88)، والمرتبة الرابعة من أجل قضاء وقت الفراغ وبمتوسط حسابي مرتفع بلغ

(3.78)، والمرتبة الخامسة كانت بمتوسط حسابي مرتفع أيضاً بلغ (3.72) من أجل مناقشة القضايا والتوجهات السياسية.

لذا نرى: إن الجماهير اليوم يستخدمون هذه المواقع وبشكل كبير ذلك لأنها أصبحت جزءً من الواقع الحالي، وكذلك لأن الوطن العربي يمُر ويعاني من أحداث عنف، وعدم الإستقرار السياسي، على مدى السنوات الماضية ولحد الآن، وبعضها قد أتى تحت شعارات التغيير وغير ذلك من المسميات، الأمر الذي دفع إلى إستخدامها، ويرى الكاتب إن إستخدام الكبير والمتزايد ومن أجل التعرف على الواقع والدعوة إلى المستقبل، قد جاء بنتيجة طبيعية جداً، ذلك نظراً لما توفره هذه المواقع من رؤيا على العالم الخارجي بأسره، وعلى ثقافات متعددة وأفكار جديدة، وما توفره هذه المواقع من إمكانية التكوين لحملة ما، والتفاعل معها سواء عن قرب أو بُعد، كما وإن الرأي العام (الجماهير) عبر هذا العالم الإفتراضي يجدون أنفسهم في تفاعل وإستجابة لموضوعاتهم ومنشوراتهم أكثر مما يجدون في بعض الأحيان في العالم الواقعي.

4. مناقشة نتائج السؤال الرابع / ما هي أكثر الموضوعات التي ركزت عليها مواقع التواصل الاجتماعي؟

دلت نتائج هذا السؤال كما جاء في جدول رقم (10) إن الموضوعات التي ركز عليها أفراد العينة، وكما كان متوقع، إن الموضوعات والأبعاد الأمنية والعسكرية قد إحتلت المرتبة الاولى وبمتوسط حسابي مرتفع بلغ (4.04)، تلتها الموضوعات والأحداث السياسية الجارية بمتوسط حسابي بلغ (3.99)، وفي المرتبة الثالثة جاءت الموضوعات والأبعاد الدينية والطائفية، وبمتوسط حسابي بلغ (3.74)، والمراتب الأخيرة كانت من نصيب الموضوعات والابعاد الثقافية والتعليمية بمتوسط حسابي متوسط المستوى قد بلغ (3.60)، تلتها

الموضوعات الفنية والترفيهية بمتوسط حسابي أيضاً متوسط المستوى بلغ (3.58).

يمكن القول: إن هذه الموضوعات التي يتابعها الرأي العام على مواقع التواصل الاجتماعي، جاءت نتيجة الأحداث والأوضاع السياسية التي يشهدها الوطن العربي، وما نتج عنها من أخطار على المنطقة برمتها، وكذلك الأحداث التي جرت في كلاً من تونس ومصر وليبيا واليمن وما صاحبها من تغير سياسي سواء كان بطريقة سلمية، أو عن طريق الثورات الشعبية وإستخدام الاسلحة للإطاحة بالأنظمة الحاكمة التي حكمت تلك الشعوب، وكذلك الأحداث التي جرت في سوريا وما زالت مستمرة إلى الآن، كل هذه الأسباب دفعت لمتابعة هذه الأحداث وإعطائها الأولوية من بين الموضوعات التي ركزت عليها هذه المواقع، وقد أشارت نظرية الأجندة "ترتيب الأولويات" إلى أن هذا الترتيب للموضوعات قد يكون متأثراً بواحد من أجندات الجماعات ذات العلاقة وهي الجماعات السياسية، أو مواقع التواصل الاجتماعي، أو الجمهور، ولا شك أن الأحداث العسكرية والأمنية حازت على إهتمام كافة الجماعات المشار إليها، نظراً لأهميتها وتأثيرها على جميع المكونات، وإن الغالبية اليوم يعتبرون حساباتهم الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي، منبراً للتعبير وتحديد التوجهات الخاصة بهم وهو ما فسر قدوم الموضوعات الامنية والعسكرية بالمرتبة الأولى من بين الموضوعات التي حازت على اهتمامافراد العينة، وليس بالبعيد إذ أصبحت هناك مجاميع تعمل على تجنيد الشباب والفتيات لصالح جهات متنفذة خاصة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، كل هذا دفع الشباب لمتابعة أهم الموضوعات أولاً بأول.

5. مناقشة نتائج السؤال الخامس / هل لمواقـع التواصـل الاجتماعـي أي دور في تشكيل الاتجاهات السياسية، وما هو الوعي السياسي الذي حققته هذه المواقع؟

هدف هذا السؤال إلى معرفة مدى دور مواقع التواصل الاجتماعي عـلى تشـكيل التوجهات السياسية، ومدى الوعي السياسي، لذلك بينت النتائج جـدول رقـم (11) إلى إن هذه المواقع كانت من أهم الأدوات التي ساهمت في حـدوث الثـورات في الـوطن العربي مؤخراً وبمتوسط حسابي مرتفـع بلـغ (4.01)، وجـاء في المرتبـة الثانيـة وحسـب إجابات العينة إن هذه المواقع لها دور كبير في تحديد التوجهات السياسـية وبمتوسـط حسابي مرتفع أيضاً بلغ (3.94)، كذلك في المرتبة الثالثة جاءت هذه المواقـع عـلى إنهـا أداة من أدوات حرية الرأي والتعبير حول القضايا السياسية وجميـع القضـايا الاخـرى، وبمتوسط حسابي بلغ(3.83)، أما المراتـب الأخـيرة فكانـت هـذه المواقـع لا تـؤثر عـلى توجهاتي السياسية مطلقاً، بمتوسط حسابي متوسط بلغ(3.38).

لذا: إن هذه النتائج التي جاءت كما في الجدول رقم (11)، تدل على تعدد وتنوع الأثر الذي تتركه هذه المواقع في نفوس المتابعين لها، كون هذه المواقع أصبحت تلعـب دوراً كبـيراً في حـدوث الثـورات مـؤخراً، وهـذه النتـائج أسـهل مـن غيرهـا في تحديـد التوجهات السياسية، لأنها دائماً تعتمد على حقـائق موجـودة ومنشـورة، بيـنما هنـاك أبعاد أخرى في تحديد التوجهات تحتاج إلى معالجات حقوقية ومبدئية في الثـورة عـلى الإستبداد والطغيان.

لذا لا بد من التأكيد على أهمية دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحديد التوجهات السياسية، كونها اليوم أصبحت أداة لتحريـك الـرأي العـام بالاتجـاه الصحيح، ولا بد أيضاً من العمل على عزل مـن يريـد التشـويه والإسـاءة للـرأي

العام عن طريق هذه المواقع، ولعبت هذه المواقع دوراً في تحقيق الوعي السياسي من خلال ما تنشره من مقالات ومقاطع تبين حقيقة ما يحدث من ظلم وإستبداد للشعوب من قبل الأنظمة الحاكمة، ومكنت هذه المواقع الشباب من التعامل بكل حرية مع ما يحدث من أحداث وتطورات في المنطقة، وبالتالي لهم الحرية في تحديد الإتجاه الذي يرغبون به.

6. مناقشة نتائج السؤال السادس / ما هي إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي؟

دلت النتائج في هذا السؤال الذي جاء للتعرف على أهم إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي جدول رقم (12)، فقد إحتلت المرتبة الأولى الفقرة التي تعتبر هذه المواقع اليوم وسيلة للتفاعل الجَمَاعي بمتوسط حسابي بلغ (4.3)، والمرتبة الثانية كانت للفقرة التي تعتبر هذه المواقع وسيلة لتكوين الآراء وتقصير المسافات وتوفير الوقت للمناقشة بمتوسط حسابي بلغ(3.99)، ذلك لأن هذه المواقع اليوم قربت البعيد وقصرت المسافات بشكل كبير، لم يكن لأحد أن يتوقعه حتى الإنسان نفسه على الرغم من إنه هو الذي أوجدها، كذلك فقد احتلت المرتبة الرابعة إحدى سلبيات هذه المواقع وهي وسيلة لتبادل الشائعات ونشرها بمتوسط حسابي بلغ (3.88)، والمرتبة الرابعة إن هذه المواقع لا يوجد فيها حماية للمعلومات والخصوصية الكاملة بمتوسط حسابي مرتفع بلغ (3.73)، والمرتبة الاخيرة كانت إنها تعتبر أداة لإهدار الوقت والمال في آنٍ واحد وبمتوسط حسابي بلغ (3.39).

<u>يرى الكاتب</u>: إن هذه المواقع اليوم أصبحت فعلاً وسيلة للتفاعل الجَمَاعي وبالأخص المواضيع التي تكون محط إهتمام الرأي العام، سواء كانت هذه المواضيع سياسية أو إقتصادية أو إجتماعية أو ثقافية، لأن عن طريق هذه المواقع

يمكن تقصير المسافات البعيدة من أجل تكوين الآراء، وتوفير الوقت لمناقشة هذه المواضيع، خصوصاً وما تشهده المنطقة في وقت مضى أو الآن من أحداث كثيرة وعلى كافة الأصعدة، كل هذا أعطى لهذه الشريحة من فئة الشباب بالتفاعل والإتصال عبر هذه المواقع، وتكوين الآراء والاتجاهات حول القضايا التي يرونها.

ومن جهة أخرى إن هذه المواقع مهما تعددت إيجابياتها، لا تخلو من سلبيات ومخاطرمنها: تقلص العلاقات الاجتماعية ونمو العلاقات الإفتراضية، وكذلك يوجد فيها إنتهاك للخصوصية الفردية وايضاً هناك الإنحراف الذي يعتبر من المخاطر والسلبيات المؤكدة لهذه المواقع، ولا بد من التأكيد على إن التشهير والإساءة للآخرين يعد من أبرز المخاطر وسلبيات هذه المواقع.

خلاصة القول يُمكن أن نَفهم إن هذه المواقع ليس لها الفضل في الإيجابيات، وليس عليها الإثم في السلبيات، بل الفضل أو الإثم يَعود إلى اليد التي إستخدمتها.

الخاتمة

أصبحت الشبكة العنكبوتية العالمية المعروفة "بالانترنت" من أهم الاستخدامات الأساسية التي دخلت حياة الفرد، و(الفرد العربي على وجه الخصوص في الالفية الثالثة) إلى درجة إنه لا يُمكن الاستغناء عنها، سيما مع ما يضاف إليها من مميزات كثيرة ومستمرة كان من أبرزها مؤخراً مواقع التواصل الاجتماعي.

هذه المواقع تمكنت من إيجاد مناخ كبير وواسع لممارسة مختلف الأنشطة وعلى مستويات متعددة منها: على المستوى الفردي، وعلى مستوى الجماعات الصغيرة بجانب الكبيرة، وعلى مستوى الفقراء بجانب الأغنياء، وبين العديد من الاتجاهات المختلفة، وقد تمكن الفرد من خلال هذه المواقع من الاشتراك في العملية السياسية بطريقة سهلة وبشكل ناجح، ذلك من خلال دعم الأجندة المطروحة أو مناهضتها.

وإن التفاعل في مواقع التواصل يُعتبر من أهم الادوات العملية بين المرسل والمستقبل، وقد تصدر الفيس بوك المرتبة الأولى بإعتباره أكثر المواقع إستخداماً وتأثيراً على التوجهات السياسية، وإن أهم الدوافع التي تقف وراء إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأنها أصبحت جزءً من الواقع الحالي، وبالرغم من الآثار الإيجابية التي تمتعت بها هذه المواقع، فهذا لا يعني عدم خلوها من بعض السلبيات منها: ما يتعلق بالإدمان الناتج من كثرة الاستعمال، وضياع للوقت، وجهل الكثيرين من خلال الكشف عن خصوصياتهم، وقيام البعض بترويج الفساد ونشر الرذيلة وزرع بذور الفتنة والتفرقة في المجتمع، كما إن بعض الحكومات يُمكن أن تلجأ لهذه المواقع من أجل تسويق سياستها وأفكارها بطرق مختلفة مباشرة وغير مباشرة.

- **(وهنا بعض التوصيات التي لابد من الأخذ بها):**

1. ضرورة قيام الجامعات بوضع خطط سياسية إعلامية قوية ومتكاملة، وفق إستراتيجيات مدروسة تهدف إلى إبراز أهم القضايا المجتمعية التي يدور حولها الرأي العام من أجل التعرف على الإتجاهات، كذلك العمل على تنمية مهارات الشباب نحو هذه القضايا عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال فتح قنوات مباشرة مع المسؤولين وصُناع القرار، لتتشكل بذلك مجموعات ضاغطة لحل ومتابعة القضايا.

2. إعطاء الشباب فرص ومساحات أكبر من المشاركة في الحياة السياسية من أجل معرفة توجهاتهم السياسية، لذا فإن إعطاء هكذا فرص كفيلٌ بتحويل مشاركة هؤلاء الشباب في العالم الافتراضي إلى جُهد ينصب في العالم الواقعي، حيث سيساهمون من خلال هذه الفرص والمساحات بشكل أكثر فاعلية في خدمة الوطن.

3. ضرورة القيام بنشر الوعي الثقافي والسياسي لدى فئة الشباب من، حول الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي، وأثر هذا الدور في تنمية شخصياتهم وتحديد اتجاهاتهم والعمل على توعيتهم بضرورة الاستخدام الأمثل لهذه المواقع وتوظيفها بالشكل الصحيح.

4. قيام المنظمات ومؤسسات المجتمع المدني بضرورة التوعية أو التعريف بما هو الرأي العام، الذي ينقسم إلى: (رأي عام محلي، أو رأي عام مؤقت، أو رأي عام ظاهر، أو رأي عام مُسَيطر، أو رأي عام مُستنير، أو رأي عام مُنقاد) وكيفية التعامل مع هذه الآراء إتجاه السلطة السياسية، وتحديد مواقفهم وتوجهاتهم نحو هذه السلطة.

- وفي الختام إذا ما حاولنا استشراف أثـر ودور مواقـع التواصـل الاجتماعـي في عملية التغيير وتحديد التوجهات السياسية في الوطن العربي، سـنجد إن هـذه المواقـع قد تحولت إلى عنصر ضغط كبـير وفعّـال عـلى الحكومـات، وأصـبحت هـذه المواقـع كالمجهر الذي يُراقب أي شكل من أشكال الفساد والإستبداد، لذا فلا أحـد يعلـم مـن أين قد تنطلق الشرارة لإندلاع الثورة، الأمر الذي سيجعل من الحكومات تحسب لهذه المواقع حساباً كبيراً وتراقبها عن كَثب، لأنها تعتبر أبرز الأدوات التي تعمل على تحشيد الرأي في المجتمع.

المراجع

أ. الكتب العربية:

- **أمـين**، رضـا عبـد الواجـد، (2007)، **النظريـات العلميـة في مجـال الإعـلام الالكتروني**، قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر، القاهرة.
- **إيمان**، نوي، (2013)، **استخدام الانترنت وعلاقته بالاغتراب الثقافي عند طلبـة الجامعة دراسة ميدانية**، دار ابن بطوطة للنشر والتوزيع، عمان.
- **البشير**، محمد بن سعود، (2000)، **مقدمةفي الاتصال السياسي**، الدار العربيـة للنشر والتوزيع، القاهرة.
- **بودهـان**، يـامين محمـد، (2013)، **الشـباب والانترنـت**، دار مجـدلاوي للـنشر والتوزيع، عمان.
- -**التهامي**، مختار، العبد، عاطف عدلي، (2005)، **الرأي العام**، جامعة القـاهرة، مصر.
- -**ثايه،** عبدالـلـه، (2006)، **الإعـلام الثقـافي**، دار الماجـد للـنشر والتوزيـع، رام الـلـه.
- **حسـن**، عبـد الصـادق، (2013)، **تعـرض الشـباب الجـامعي لمواقـع التواصـل الاجتماعي عبر الانترنت وعلاقته بوسائل الاتصال الحديثة**، الشـؤون الثقافيـة والإعلامية، مملكة البحرين.
- **الحطـامي**، عبـد الباسـط محمـد، (2010)، **تكنولوجيـا الاتصـال وتطبيقاتهـا**، الآفاق المشرقة للنشر والتوزيع، عمان.

- **الحلاق**، بشير، (2012)، **تويتر 140 حرفاً تُغير العالم**، كتاب متاح على:www.arabtweet.com تاريخ الزيارة 12 / 2 / 2015.
- **درويش**، عبد الرحيم، (2013)، **مقدمة إلى علم الاتصال**، مكتبة نانسي دمياط، مصر.
- **الدليمي**، حميد، (2006)، **علم الاجتماع والإعلام (رؤية مستقبلية)**، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان.
- **الدليمي**، عبد الرزاق محمد، (2011)، **الإعلام الدولي في القرن الحادي والعشرون**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.
- **الدليمي**، عبد الرزاق محمد، (2011)، **الإعلامالعربي**، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان.
- **الدليمي**، عبد الرزاق محمد، (2012)، **الإعلام والتنمية**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.
- **الدليمي**، عبد الرزاق، (2011)، **الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية**، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.
- **الزغول**، ساطع محمد، (2010)، **مهارات الاتصال بالجماهير**، مؤسسة البلسم للنشر والتوزيع، عمان.
- **ساري**، حلمي خضر، (2005)، **ثقافة الانترنت دراسة في التواصل الاجتماعي**، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان.
- **الساري**، فؤاد احمد، (2011)، **وسائل الإعلام النشأة والتطور**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان

- **سلطان**، محمد صاحب، (2012)، **وسائل الإعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.
- **سميسم**، حميدة، (2002)، **الرأي العام وطرق قياسه**، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان.
- **سميسم**، حميدة، (2005)، **نظرية الرأي العام**، الدار الثقافية للنشر والتوزيع، القاهرة.
- **صادق**، عباس مصطفى، (2007)، **الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة**، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان.
- **صادق**، عباس مصطفى، (2008)، **الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان.
- **الصقور**، صالح خليل احمد، (2011)، **الإعلام والتنشئة الاجتماعية**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- **عامر**، فتحي حسين، (2011)، **وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك**، الدار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
- **عامر**، فتحي حسين، (2011)، **وسائل الاتصال الحديثة**، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
- **عامر**، فتحي حسين، (2012)، **الرأي العام الالكتروني**، دار الجامعات للنشر والتوزيع، القاهرة.
- **عبدالجبار**، حسين سليمان، (2009)، **اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.

- **عبد الحميد**، صلاح محمد، (2011)، **الإعـلام الجديـد**، مؤسسـة طيبـة للـنشر والتوزيع، القاهرة.
- **عبدالرزاق**، انتصار إبراهيم، **الساموك**، صفد حسام، (2011)، **الإعلام الجديـد تطور الأداء والوسيلة والوظيفـة**، الـدار الجامعيـة للـنشر والطباعـة، جامعـة بغداد.
- **عبدالـلـه**، خلدون منصور، (2010)، **الإعلام وعلم الـنفس**، دار أسـامة للـنشر والتوزيع، عمان.
- **أبوعرجة**، تيسير احمد، (2006)، **قضايا ودراسات إعلاميـة**، دار جريـر للـنشر والتوزيع، عمان.
- **عليان**، ربحـي مصـطفى، (2005)، **مجتمـع المعلومـات والواقـع العـربي**، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان.
- **عليـان**، ربحـي مصـطفى، **والطوبـاسي**، عـدنان محمـود، (2005)، **الاتصـال والعلاقات العامة**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
- **ابوعيشة**، فيصل فايز، (2010)، **الإعلام الالكتروني**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- **الكندي**، عبد الـلـه، (2003)، **الإعـلام الـدولي**، دار الكتـاب الجـامعي، العـين، الأمارات العربية المتحدة
- **مـراد**، كامـل خورشـيد، (2011)، **الاتصـال الجماهـيري والإعـلام: النظريـات والتطور والخصائص**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.

- **مـراد**، كامـل خورشـيد، (2011)، **الاتصـال الجماهـيري والإعـلام**، دار المسـيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- **المشاقبة،** بسام عبـد الـرحمن، (2010)، **نظريـات الإعـلام**، دار أسـامة للـنشر والتوزيع، عمان.
- **مكاوي**، حسن عماد، (2012)، **نظريات الإعلام**، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة.
- **الموسى**، عصام سليمان، (2009)، **المدخل في الاتصال الجماهيري**، إثـراء للـنشر والتوزيع، عمان.
- **الميلادي**، عبد المنعم، (2007)، **الإعـلام**، مؤسسـة شـباب جامعـة الإسـكندرية للنشر والتوزيع.
- **الهلبـاوي،** ماجـدة عبـد الفتـاح، (2014)، **الإعـلام الموجـه في حـل مشـكلات المجتمع العربي**، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية.

بـ الرسائل العلمية:

- **الأنصاري**، ناصر محمد، (2013)، **دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتخابات مجلس الأمة الكـويتي الرابـع عشر (2012)،** رسـالة ماجسـتير غـير منشـورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
- **بنهلال**، محمد، (2010)، ورقة عمل بعنوان " **الإعلام الجديـد ورهـان تطـوير الممارسة السياسية** " قدمت إلى الندوة الدولية التي نظمتها كلية الحقـوق في مراكش، المغرب.

- **جريسـات،** آمـال جـريس، (2006)، **دور الإعـلام في التخطـيط والتنميـة في الأردن**، رسالة ماجستير غير منشور، جامعة البلقاء التطبيقية، عمان.
- **جمعة،** لواء جبار، (2012)، **اتجاهات طلبة الجامعات العراقيـة نحـو تغطيـة الحراك الشعبيالعربي** ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعـة الشرق الأوسـط، عمان.
- **الحسيني،** احمد عبيد، (2006)، **مدى الحاجة إلى الإفادة من الإعـلام لخدمـة التربيـة والتعلـيم في دولـةالكويت**، رسـالة ماجسـتير غـير منشـورة، جامعـة القديس يوسف، بيروت.
- **الحمد،** أيمن بن أحمد بن ناصر، (2014)، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم المنظومة التعليمية لدى طلاب كلية التربيـة بجامعـة أم القـرى**، رسـالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، السعودية.
- **حمودة**، احمد يونس محمد، (2013)، **دور شـبكات التواصـل الاجتماعـي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.
- **الدريملي**، سمر محمد، (2013)، **اثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشـاركة السياسية للمرأة في فلسطين**، رسالة ماجسـتير غـير منشـورة، جامعـة الأزهـر، غزة.
- **الدوسري**، مـوسى مفـرج محمـد، (2013)، **اثـر اسـتخدام الانترنـت ووسائل التواصـل الاجتماعـي الأخـرى عـلى العلاقـات الاجتماعيـة**

لطلاب الجامعات في السعودية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان.

- **الديحاني**، ناصر بدر بندر مسلم، (2009)، **التوظيف السياسي للإعلام في السياسة الخارجية: السياسة الإعلامية الامريكية دراسة حالة**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، المفرق، الأردن.

- **الرجبي**، محمود احمد محمد، (2012)، **اتجاهات الخطاب الإسلامي في المواقع الالكترونية**، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان.

- **الرعود**، عبد الله ممدوح مبارك، (2012)، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان.

- **أبو رمان**، عبد الله سليمان، (2011)، **المعالجة الإعلامية للشؤون الثقافية في الصحافة الأردنية اليومية**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان.

- **الزهراني**، محسن بن جابر بن عواض، (2013)، **دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العلمية واتجاهاتهم نحوها**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة أم القرى، السعودية.

- **أبو زيد،** طاهر حسن، (2012)، **دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية (دراسة ميدانية)،** رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، غزة.
- **السلايمة،** أسماء عبد الشكور، (2006)، **دور الحملة الإعلامية لمركز الحسين للسرطان في جمع التبرعات،** رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان.
- **الشرافي**، رامي حسين حسني، (2012)، **دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية**، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الأزهر، غزة.
- **أبو شريعة**، لينا عبد القادر احمد، (2013)، **استخدام طلبة المرحلة الأساسية العليا في الأردن لموقعالتواصل الاجتماعي (الفيس بوك) كوسيط أساسي في تعلمهم**، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية – عمان.
- **أبو شعبان**، رضوان محمد، (2013)، **تصميم مدونة الكترونية وصفحة تعليمية عل موقع الفيس بوك**، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.
- **الشمايلة**، إيمان أمين محمد، (2006)، **مقياس الآثار الاجتماعية لاستعمال طلبة الجامعات الأردنية لشبكة الانترنت**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مؤتة، الكرك.
- **الشهري**، ناصر محمد عثمان، (2010)، **دورالتعبير في تنمية التواصل الاجتماعي لدى طلاب المرحلتين المتوسطة والثانوية بمدينة الطائف**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، السعودية.

- **صالح**، امتياز يوسف مصطفى، (2012)، **تطوير أنموذج مقترح لـدور وسـائل الإعلام في عملية التنشئة الاجتماعية**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، الجامعة الأردنية، الاردن.
- **ابو صعيليك**، ضيف اللـه، (2012)، **أثـر شـبكات التواصـل الالكترونيـة عـلى اتجاهات طلبـة الجامعـات في الأردن ودورهـا المقـترح في تنميـة الشخصـية المتوازنة لديهم**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان.
- **ضيا**، ايمان موسى، (2013)، **اتصالات الكلمة الالكترونية عبر مواقع الشـبكات الاجتماعية ودورها في المشاركة السياسية للشباب**، رسالة ماجسـتير منشـورة، جامعة المنصورة، مصر.
- **العجلان**، عبد الرحمن عبد العزيز صـالح، (2012)، **أثـر وسـائل الإعـلام عـلى عملية الإصـلاح السـياسي في الـوطن العـربي**، رسـالة ماجسـتير غـير منشـورة، الجامعة الأردنية، عمان.
- **غزال**، مريم، **شعوري**، نورالهدى، (2014)، **تـأثير مواقـع التواصـل الاجتماعـي على تنمية الـوعي السـياسي لـدى الطلبـة الجـامعيين**، رسـالة ماجسـتير غـير منشورة، جامعة قاصدي مرباح – ورقلة، الجزائر.
- **الغميص**، ابراهيم حسين، (2003)، **استخدام الانترنت كمصدر للتعلم**، رسـالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، إربد.
- **قتلوني**، مصعب حسام الدين لطفي، (2012)، **دور موقع التواصل الاجتماعي الفيس بـوك في عمليـة التغـير السـياسي مصر نموذجـاً**، رسـالة ماجسـتير غـير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.

- **القرشي**، خالد بن علي بن عباد، (2013)، **أخلاقيات التواصل الاجتماعي الالكتروني**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة أم القرى، السعودية.
- **القصيري**، فيصل مظفر عبد الله، (2011)، **رأي الصحفيين الأردنيين بمواقع التواصل الاجتماعي**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
- **المطيري**، حسن قطيم طماح، (2013)، **الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي " تويتر " من قبل الشباب الكويتي**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
- **منتصر**، محمد، وحلاسة، شعبان، (2013)، **واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور**، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.
- **المنصور**، محمد، (2012)، **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية العربية نموذجا**، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك.
- **ناصر**، ابتهال محمد عطا، (2014)، **درجة تقبل طلبة الجامعة الأردنية لاستخدام شبكة التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) في التدريس الجامعي في ضوء بعض المتغيرات المختارة**، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان.

- **النـوري**، سـلطان بـن خلـف، (2014)، **دور شـبكات التواصـل الاجتماعـي في تنمية الوعي السياسي في منطقة الجوف في السعودية**، إطروحة دكتوراه غـير منشورة، الجامعة الاردنية، عمان.
- **نومار**، مريم نريمان، (2012)، **استخدام مواقع الشـبكات الاجتماعيـة وتـأثيره في العلاقات الاجتماعيةدراسة عينة من مستخدمي الفـيس بـوك في الجزائـر**، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الحاج لخضر - باتنة، الجزائر.

جـ. الدوريات:

- **التواتي**، علي بن حسن، 2011، " قوة الإعلام البديل "، **صحيفةعكاظ**، 26 يناير 2011، العدد 3510، متـاح عـلى: www.okaz.com تـاريخ الزيـارة 13 / 2 / 2015.
- **الدبيسي**، عبد الكريم علي، **والطاهات**، زهير ياسـين، " دور شـبكات التواصـل الاجتماعــي في تشــكيل الــرأي العــام لــدى طلبــة الجامعــات الأردنيــة "، **مجلةالعلوم الإنسانية والاجتماعية**، المجلد 40، العدد 1، 2013، جامعة البترا، عمان.
- **الراوي**، بشرى جميـل، " دور مواقـع التواصـل الاجتماعـي في التغيـير مـدخل نظري "، **مجلة العلوم السياسية**، بغداد، العدد 44، 2012.
- **راضي**، زاهــر، اســتخدام مواقــع التواصــل الاجتماعــي في العــالم العــربي، **مجلةالتربية**، العدد 15، 2003، جامعة عمان الأهلية، عمان ، الأردن.
- **شيخاني**، سميرة، "الإعلام الجديد في عصر المعلومات"، **مجلـة جامعـة دمشـق**، المجلد 26، العدد الأول، ص477، 2010.

- **عابـد**، زهـير، " دور شـبكات التواصـل الاجتماعـي في تعبئـة الـرأي العـام الفلسطيني "، **مجلة جامعة النجاح للعلـوم الإنسـانية**، العـدد 6، المجلـد 24، 2012.

- **عـامر**، عبـد اللـــه، " الفـيس بـوك وعلـم التكنولوجيـا "، **مجلـة العلـوم والتكنولوجيا**، جامعة البترا، عمان، الأردن، العدد14، 2007.

- **عبد اللـه**، إيناس محمود، " الفيس بوك ميدان جديد للتفاعل الاجتماعـي "، **مجلة آداب الرافدين**، العدد 66، 2013.

- **عزيز**، فراس كوركيس، " دور شبكات التواصـل الاجتماعـي في ثـورات الربيـع العربي "، **مجلة العلوم السياسية**، بغداد، العدد 44، 2010.

د. مواقع الشبكة العنكبوتية:

- ابراهيم المبيضين، " 93%من مشتركي الفيس بوك يستخدمونه بشكل يومي "، 2015، على الموقع www.alghad.com تاريخ الزيارة 9/4/ 2015.

- اتصالات العراق، على الموقع Wikipedia .org

- إحصائيات يوتيوب، متاح على:

تاريخ الزيارة 2015/2/7. www.youtube.com/yt/press/ar/statistics

- أكبر مجمع للأخبار التقنية، تـويتر، متـاح عـلى: www.vip4soft.com/news تاريخ الزيارة 2015/2/12.

- أمين، رضا عبد الواجد، " إستخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيـوب على شبكة الإنترنت "أبحاث المؤتمر الدولي (الإعلام الجديد.. تكنولوجيا جديدة. لعام جديد) 7 – 9 أبريل، جامعة البحـرين، 2009، متـاح

علىsite.iugaza.edu.ps/jdalou/files تاريخ الزيارة 6 /2 / 2015.

- إيمان مصطفى، " إلى أي مدى أثرت شبكات التواصل الاجتماعي على المنطقة ؟"، 2015، على الموقع www.akbarak.net تاريخ الزيارة 9 / 4 / 2015.
- التقرير العربي للإعلام الاجتماعي (2011)، "عدد مستخدمي تويتر النشطين في منطقة الشرق الأوسط (متوسط عدد ما بين 1 يناير، و30 مارس 2011)"، المجلد. 1، رقم 1 متاح على: www.dsg.ae.
- ششتاوي، 2014، تعريف الانترنت، على الموقع www.mawdoo3.com تاريخ الزيارة 12 / 2 /2015 .
- العلم اليوم، 2012، شبكات التواصل الاجتماعي " الحاضر الأقوى في خدمة التعليم " تاريخ الزيارة 1 /2 / 2015 على: www.albayan.ae/science-today/education-com.
- المشاقبة، أمين، 2009، محاضرات في " تطوير العلاقة التفاعلية بين وسائل الإعلام والأحزاب الأردنية، أوراق منشورة، جامعة الشرق الأوسط، على الموقع www.jmm.jo
- موسوعة ويكيبيديا العالمية، يوتيوب، متاح على www.wikipedia.orgتاريخ الزيارة 7 / 2 / 2015.
- وكالة فرانس للأخبار على الموقع www.France24.com تاريخ الزيارة 31 / 1 / 2015.

- اليوتيوب، متـاح عـلى: www.crunchbase.com/organization/youtube
تاريخ الزيارة 7 / 2 / 2015.

هـ. الكتب الأجنبية:

- **Daiz –Ortiz** -Claire, Twitter for Good, Change the World On Tweet at USA, Jossy – Bass, 1 edition, 2011, August 30.
- **Indriani Rahmawaati**, (2014), The Impact of Social Media Use on Young adults, Master Thesis, University of Twente.
- **Jorik Ter Veer,** (2013),The Effects of Social Media During Elections, Master Thesis, University Leiden.
- **Jarboe**, G (2009), You tube and video marketing, Available : books.google.com
- **Kujath**, (2011) , Face book and MySpace ; Complement or Substitute for Face Interaction ? , Cyberpsychology. Behavior and Social Networking.
- **Lucas**, Bronnimann, (2014), Analysis Of The Diffusion Of Innovations In Social Networks, Master Thesis, Fachhochschule, Nordwestchweiz.
- **Naim Moises:**The YouTube Effect- How A technology for teenagers became a force for political and economic change) foreign policy.

- **Philipp** Singer, (2011), Time Series Analysis of Online Social Network Data and Content, Master's Thesis, Graz University Of Technology Austria
- **Arab Social Media Report** (2011), Number of Active Twitter Users in the Mena region (Average number between Jan. 1 and March 30).

الملاحق

ملحق رقم (1)

قائمة بأسماء مُحَكمي الاداة (الاستبانة).

ت	الاسم	الرتبة (المؤهل الأكاديمي)	التخصص	الجامعة
1	الدكتور مراد كامل خورشيد	أستاذ مشارك	الإعلام	جامعة الشرق الأوسط
2	الدكتور محمود علي	أستاذ مشارك	العلوم السياسية	جامعة الشرق الأوسط
3	الدكتور صايل فلاح السرحان	أستاذ مشارك	العلوم السياسية	جامعة آل البيت
4	الدكتور محمود عزو	أستاذ مشارك	العلوم السياسية	جامعة الموصل
5	الدكتورة أماني غازي جرار	أستاذ مشارك	أصول تربية	جامعة البترا
6	الدكتور محمد الدلالعة	أستاذ مشارك	قياس وتقويم	جامعة الشرق الأوسط

ملحق رقم (2) الاستبانة

الزملاء والزميلات / المشاركون:

يقوم الكاتب بإجراء دراسة بعنوان "**مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية** ".

ويهدف الكتاب إلى التعرف على مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية من حيث التغيير والدوافع التي تقف وراء استخدامها وبيان مستوى الوعي السياسي الذي تحققه هذه المواقع.

فأرجو التفضل من حضراتكم بالإجابة على فقرات الاستبانة بحسب ما ترونه مناسباً ، علماً بأن البيانات التي سيتم الحصول عليها ستُعامل بكل سرية تامة ، ولن تُستخدم إلا لأغراض البحث العلمي بخصوص الكتاب.

وتقبلوا فائق الاحترام والتقدير ،،،،

الكاتب

مدرس مساعد

مشتاق طلب فاضل الحمداني

Fmsta24@yahoo.com

009647701975611

- البيانات العامة (البيانات الديموغرافية) للمبحوثين: الرجاء وضع (√) في المكان المناسب.

- الجنس: ( ) ذكر. ( ) أنثى.

- العمر: 18 – 19سنة ( ) ، 19 – 20سنة ( ) ، 20 – 21سنة( )، 21 – 22 سنة ( ) ، أكبر من 22 سنة ( ).

- الكلية التي يدرس بها الطالب: كلية علمية ( ). كلية إنسانية ( ).

- المرحلة الدراسية: ( ) الأولى. ( ) الثانية. ( ) الثالثة. ( ) الرابعة.

- معدل ساعات متابعة مواقع التواصل الاجتماعي:

1. لا أتابعها أبداً ( ). 2. أتابعها بمعدل أقل من ساعة يومياً ( ).

3. أتابعها بمعدل من ساعة إلى ساعتين يومياً ( ).

4.أتابعها بمعدل من ساعتين إلى أربع ساعات يوميا ( ).

5. أتابعها بمعدل أكثر من أربع ساعات يومياً ( ).

المحور الاول /هل أن مواقع التواصل الاجتماعي حققت قفزات واسعة لذا:

الرقم	الأسئلة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موفق	غير موافق بشدة
1	يُعتبر التفاعل في مواقع التواصل الاجتماعي من أهم أدوات التواصل العملية بين المرسل والمستقبل					
2	تُعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة اتصال جماهيرية					
3	تَعُد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة لنشر الأخبار					
4	تَسمَح مواقع التواصل الاجتماعي للمجموعات الصغيرة من الناس بإيصال أصواتهم إلى العالم أجمع					
5	مواقع التواصل الاجتماعي إحدى وسائل الإعلام العالمي الجديد					
6	إذا أسيء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت آداة للتشهير والابتزاز					
7	مواقع التواصل الاجتماعي إذا أحسن إستخدامها أصبحت وسيلة فاعلة لتحريك الرأي العام بالاتجاه الايجابي					

المحور الثاني / مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تمارس الوظائف التالية:

الرقم	وظائف مواقع التواصل الاجتماعي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
8	تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على زيادة الثقة بالنفس.					
9	مكنت مواقع التواصل الاجتماعي من التعرف على الثقافات والحضارات للشعوب الأخرى					
10	تعمل على تكوين التوجهات السياسية.					
11	تساعد على خلق روح الإلهام والابتكار والإبداع					

- **مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التأثير على التوجهات السياسية:**

الرقم	إن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي شكلت مصدراً لمعلوماتي	كثيراً جداً	كثيراً	لا أعرف	قليلاً	قليلاً جداً
12	الفيس بوك Face book					
13	اليوتيوب Youtube					

14	تويتر Twitter					
15	غيرها					

المحور الثالث / التعرف على الدوافع التي تقف وراء إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

الرقم	ما هي الدوافع من استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي:	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
16	التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات					
17	تَعُد وسيلة للتثقيف العام					
18	التواصل الجماعي والتعرف على أصدقاء جدد					
19	لقضاء وقت الفراغ والحصول على المتعة والتسلية					
20	وسيلة لتكوين الرأي العام حول القضايا التي تهُم المجتمع					
21	من أجل التعرف على الواقع والدعوة إلى مستقبل أفضل					
22	مصدر مُهم للمعلومات في القضايا المختلفة					

23	من اجل مناقشة القضايا والتوجهات السياسية					
24	متابعة التغيرات السياسية والاجتماعية على الصعيد العربي والعالمي					
25	أستخدمها لأنها أصبحت جزء من الواقع الحالي					

المحور الرابع / الموضوعات التي ركزت عليها مواقع التواصل الاجتماعي:

الرقم	أرى إن مواقع التواصل الاجتماعي ركزت على:	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
26	الموضوعات والأحداث السياسية الجارية					
27	الموضوعات والأبعاد الثقافية والتعليمية					
28	الموضوعات والأبعاد الأمنية والعسكرية					
29	الموضوعات والأبعاد الدينية والطائفية					
30	النتائج السلبية المتوقعة للأحداث السياسية					
31	الموضوعات الفنية والترفيهية					
32	التعارف والدردشة					

المحور الخامس/ هل لمواقع التواصل الاجتماعي أي ايجابيات أو سلبيات:

الرقم	إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
44	وسيلة للممارسة الديمقراطية					
45	وسيلة للتفاعل الاجتماعي					
46	وسيلة لإجراء الحوار فردي أو جماعي					
47	تتميز هذه المواقع بعدد كبير من الجمهور على مستوى العالم					
48	وسيلة لتكوين الآراء وتقصير المسافات وتوفير الأوقات للمناقشة					
الرقم	سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
49	لا يوجد فيها حماية للمعلومات والخصوصية الكاملة					
50	وسيلة لتبادل الشائعات ونشرها					
51	لا يوجد فيها ضمان من قراصنة المعلومات والصور الشخصية					
52	يمكن أن يسبب استخدامها لساعات طويلة حالة من الإدمان لدى الطلبة					
53	إهدار للوقت والمال في آن واحد					

المحور السادس / مواقع التواصل ودورها في تشكيل التوجهات السياسية:

الرقم	الأثر الذي تركته مواقع التواصل الاجتماعي على التوجهات السياسية:	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
33	تعمل على توعيتي سياسيا وثقافيا					
34	تعمل على تبادل المعلومات السياسية					
35	تعمل على تشكيل رأي نحو القضايا السياسية					
36	تعتبر أداة من أدوات حرية الرأي والتعبير حول القضايا السياسية					
37	التوجيه نحو تغيير الثقافة السياسية كضرورة للتطور					
38	لها دور كبير في التوجهات السياسية					
39	لا تؤثر على التوجهات السياسية مطلقا					

بيان الوعي السياسي الذي حققته مواقع التواصل الاجتماعي:

الرقم	الوعي السياسي:	بدرجة كبيرة جداً	بدرجة كبيرة	أحياناً	بدرجة قليلة جداً	بدرجة قليلة
40	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الصورة الحقيقية للأوضاع السياسية الراهنة					
41	تزيد مواقع التواصل الاجتماعي من مقدار الانتماء القومي					
42	تساهم هذه المواقع في التعرف على الاوضاع السياسية الداخلية والخارجية					
43	تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أهم الأدوات المساهمة في حدوث الثورات مؤخراً					

تمت فقرات الاستبانة ،، وشكراً على إجابتكم ،،،





شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع
عمان - الأردن
تلفاكس : 5330508 6 962+
E.mail:academpub@yahoo.com



الرّمال للنشر والتوزيع
عمان - الأردن
مقابل البوابة الرئيسية للجامعة الأردنية
تلفاكس :08 05 533 6 962+
E.mail:alremalpub@live.com



9 789957 637569